

كليـة الآداب

مؤتمر الإسكندرية الدولي الأول حول التبادل الحضاري بين شعوب حوض البحر المتوسط عبر التاريخ

(١٥ - ١٩ يناير ١٩٩٤)

بحوث المؤتمر

(الكتاب الثانى)

مقرر عام المؤتمر
أ. د. محمد عبده محجوب
الكلية للدراسات العليا والبحوث

رئيس المؤتمر
أ. د. فتحي محمد أبو عيانة
عميد الكلية

اهداءات ٢٠٠١

ا.د. أحمد أبو زيد

أنثروبولوجي

مؤتمر الاسكندرية الدولي الأول حول التبادل الحضاري بين شعوب حوض البحر المتوسط عبر التاريخ يناير ١٩٩٤

الصناعات التقليدية والجذب السياحي في حوض البحر الأبيض المتوسط

«رؤية أنثروبولوجية السياحة»

تأليف

دكتور / محمد يسري إبراهيم دعبس

دكتوراه في الأنثروبولوجيا الاقتصادية

جامعة الاسكندرية

الصناعات التقليدية والجذب السياحي في حوض البحر الأبيض المتوسط

تمهيد

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات الهامة فى الآونة الأخيرة فى المجتمع المصرى بصفة خاصة والمجتمع الدولى بصفة عامة لما لها من أهمية كبيرة فى دعم التنمية الشاملة إقتصادياً وإجتماعياً وثقافياً ونفسياً ، كما أن مجال السياحة وأنشطتها الخدمية والتسويقية المتنوعة وعلاقتها بالتنمية الشاملة أصبحت مثار إهتمام الكثير من علماء الاقتصاد والجغرافيا والاجتماع والأنثروبولوجيا وعلماء النفس ، لأن السياحة أصبحت مطلب إجتماعى وإقتصادى ، فهى مطلب إجتماعى لكونها تعبر عن رغبة إنسانية فى التنقل والترحال وهذه سمة متأصلة فى الإنسان ، كما أنها تفتح المجال رحباً أمام الشباب من الجنسين لتوفر فرص العمل المختلفة وهى بذلك تساعد فى حل مشكلة البطالة تدريجياً ، كما أنها مطلب إقتصادى لكونها تساهم فى زيادة المد العمرانى وتخطيط المدن السياحية وتعبيد الطرق وتطويرها واستثمار الموارد الاقتصادية المتاحة واستخدام المواد البيئية والمحلية فى تصنيع المنتجات الشعبية التى تساعد على الجذب السياحى ورفع مستويات دخول الأسر القائمة على صناعات تلك المنتجات ، وبناء عليه فإن السياحة أصبحت تشكل مصدر هام من مصادر الدخل القومى فى المجتمع المصرى .

ولما كانت جمهورية مصر العربية كأحد دول حوض البحر الأبيض المتوسط - تشهد فى العقدين الأخيرين نهضة سياحية وإهتماماً متزايداً أو متنامياً على الصعيد الرسمى وغير الرسمى للتخطيط للموارد السياحية والعمل على إستثمار مقومات الجذب السياحى والتى تعد الصناعات التقليدية والفنون الشعبية من أبرز هذه المقومات فى كل منطقة بربوع مصر خصوصاً المناطق المستقلة حديثاً ، كالمناطق الصحراوية والمدن المستحدثة من أجل تنسيق تنمية سياحية تؤثر تأثيراً فعّالاً فى إحداث التنمية الشاملة ودفع عجلة التقدم الاقتصادى والاجتماعى .

ومما لاشك فيه أن الصناعات التقليدية فى البيئات الثقافية المختلفة التى يتضمنها نسيج المجتمع الواحد تعبر عن أصالتها وتعبيراتها كفن شعبى أصيل ، هذا الفن الشعبى الذى يتوارث أجيالاً عبر أجيال نتيجة تدريب وتعليم الكبار للأجيال الصغرى عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية (التعلم غير الرسمى) بغية المحافظة على إستمرار هذا الفن الذى يجسد ويعبر عن الخصوصيات الثقافية المحلية وتفردها فى كثير من العناصر التى تعبر عن شخصية صانعها ومدى محاكاته للبيئة المحيطة به وتواصله معها ، كما أن الصناعات التقليدية شأنها شأن الفنون الشعبية تعد من المرغبات السياحية التى لها أثر كبير فى الجذب السياحى .

وبناء عليه تتعدد أنواع الصناعات التقليدية داخل المجتمع الواحد لأنها تعتمد فى جانب كبير منها على موارد البيئة المحلية والأيدى العاملة الرخيصة التى توارثت هذه الأعمال ، ولذا تكون تكلفتها بسيطة على الرغم من أن عائدها مجزى للغاية .

ونجد من الأهمية بمكان الإشارة إلى أن الصناعات التقليدية تساعد على شغل معظم أوقات الفراغ للكبار والتلاميذ فى مراحل التعليم المختلفة ، وبخاصة الذين يفضلون العمل فى هذه الصناعات التقليدية كهوايات وفنون شعبية فى وقت الفراغ أو فى الأجازة الدراسية .

وتبرز الصناعات التقليدية المواهب والإبداعات ، وتنمى القدرات والإبتكارات للطبقات العمرية المختلفة وتواصلها وتجسد عطاء الأجيال لتلك الصناعات النمطية كصيغ ثقافية تمثل عنصر جذب أساسى للسائحين من داخل القطر نفسه والسائحين القادمين من مختلف بقاع العالم (السياحة الدولية) الذين يقبلون على شرائها كهدايا تذكارية عند عودتهم لموطنهم الأصلى للأقارب والأصدقاء . وبناء عليه تُشكل عنصراً هاماً فى الدعاية السياحية للبلد المضيف .

وإجمالياً فإن الصناعات الشعبية تُشكل أحد الدروس الهامة فى التربية السياحية التى تتناولها الأجيال الصغرى عبر الأجيال الكبرى من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية غير الرسمية وكيفية التعامل مع البيئة ومواردها وإستغلالها فى ضوء المحيط الاجتماعى والثقافى وبما يساهم فى النهاية على تدعيم الجذب السياحى ورفع دخول الأسر العاملة فى هذا المجال والمساهمة فى النهاية فى تنمية المجتمع المحلى فى البلدان المضيفة .

ويكمن الهدف من وراء هذا البحث فى إلقاء الضوء على عدة أمور هامة نجمل أهمها فى إيجاز شديد فى النقاط التالية :

١ – مقومات ومعوقات الجذب السياحى فى مصر كأحد دول حوض البحر الأبيض المتوسط .

٢ – الصناعات التقليدية واستغلالها لموارد البيئة المتاحة ، ومن ثم علاقتها كصناعات محلية فى زيادة دخول الأسر القائمة على صناعتها وإسهامها النهائى فى تنمية المجتمع المحلى .

٣ – الدور الذى يؤديه الرجال والنساء والأطفال والشيوخ فى بعض نماذج تلك الصناعات كفنون شعبية من واقع الخبرة الميدانية ومدى إقبال الطبقات العمرية المختلفة على هذه الفنون الشعبية ورغبتهم فى المحافظة على هذا الفن الأصيل ، وإلى أى حد توجد عائلات معينة تتخصص فى مثل هذه الصناعات دون غيرها .

٤ – إعطاء نماذج حية للأنواع المختلفة لتلك الصناعات التقليدية فى البيئات الثقافية المحلية داخل مصر بصفة خاصة وإعطاء نماذج لأنواع تلك الصناعات وتباينها فى بعض البلدان التى تدخل فى نطاق

أولا : مقومات ومعوقات الجذب السياحي

تتعدد العوامل التى تؤثر فى الجذب السياحى . نجمل أهمها فى النقاط التالية :

أ - العوامل الطبيعية المؤثرة فى الجذب السياحى

تؤثر العوامل الطبيعية تأثيراً كبيراً جداً فى عملية الجذب السياحى والتنمية السياحية ، فنجد أن البيئة الطبيعية من حيث التضاريس والهضاب والجبال الشاهقة ، والبيئة الصحراوية ، ومن حيث الرمال الصفراء والجفاف ، وحياة الخلاء ، قد تؤثر بصورة أو بأخرى فى عملية سهولة أو صعوبة المواصلات ، وكذلك عمليات تعبيد الطرق التى تسهل إنتقال السائحين والأفواج الجماعية إلى الأماكن السياحية ، كما أن العوامل الجوية كالحرارة الشديدة ، والرطوبة العالية ، وإعتدال الطقس ، تؤثر هى الأخرى ، إما بصورة إيجابية أو سلبية على الرواج السياحى ، ولقد منّ الله على مصر كأحد دول حوض البحر المتوسط باعتدال الأحوال الجوية صيفاً وشتاءً ، وإن جميع مدن مصر بأماكنها ومزاراتها السياحية ، وتوفر أنواع دون أخرى من السياحة ، تتناسب مع كل فصول السنة ، وتختلف رغبة السائحين العرب والأجانب فى زيارة مدن دون أخرى فى تلك الفصول . فإذا كان السائحون العرب يفضلون مدينة الإسكندرية ورأس البر ومطروح والفيوم فى فصل الصيف ، نظراً لارتفاع درجة حرارة الجو فى الأقصر وأسوان ، هذا من ناحية ، ولعدم اهتمامهم بالسياحة الأثرية من ناحية أخرى ، بينما يجد الأجانب فى جو أسوان والأقصر متعة فى الشتاء ، على العكس من البرد القارس فى بلادهم . فمثل هذه الأمور لها أثر بالغ الأهمية فى عملية الرواج والجذب السياحى والتنمية السياحة بصفة عامة .

ولقد لمسنا الإستغلال الأمثل للعوامل الطبيعية للشريط الساحلى للصحراء الغربية والغردقة والبحر الأحمر وسيناء وإنشاء العديد من القرى السياحية وتعبيد الطرق البرية وتوفير سبل المواصلات ، بالإضافة للإستغلال الأمثل للبيئة الصحراوية الخلابة والتى تجذب السائحين الأجانب ، بصفة خاصة ، وتؤثر على الجذب السياحى الذى لايزال فى أطواره الأولى ، ولكنه يعطى مؤشراً إيجابياً لعملية التنمية السياحية بهذه الأماكن المستغلة سياحياً حديثاً . وخير دليل على أثر العوامل الطبيعية نجد أن أوربا كلها ونظراً لعدم وجود سلاسل جبلية وهضاب تعوق العلاقات المكانية والترابط الإقليمى بين معظم دول أوربا نجد أنه يربطها القطار الأوربى الذى يصل معظم بلدان أوربا ويربطها بعضها ببعض ، ومن الممكن عن طريق هذا القطار أن تقوم بجولة سياحية تصل عن طريقها إلى قمة الإستمتاع والإستزادة بالمعرفة والخبرات والمعلومات عن معظم دول أوربا فى جولة واحدة وبتكاليف مناسبة .

ولقد كان لعدم وجود السلاسل الجبلية والهضاب بين معظم ول أوربا أثره فى الرواج السياحى لتلك الدول وأدى إلى سهولة الدخول لأى دولة فى أوربا من الدول الأوربية الأخرى دون التعرض لأى عقبات نتيجة العوامل الطبيعية أو حتى أى عقبات تتعلق بدخول أو خروج السائحين وعمليات إستقبالهم وتقديم

كافة التسهيلات والمعلومات لهم ، وبينما الحال كذلك فى معظم دول أوربا وكثير من بلدان الشرق الأوسط إلا أننا نجد أن السلاسل الجبلية والهضاب فى الهند أو بعض بلدان جنوب أفريقيا تكون عوامل إعاقة ، صحيح أن السلاسل الجبلية والهضاب من الممكن أن تكون عوامل جذب للسائحين بصفة خاصة الذين يحبون هواية تسلق الجبال والاستمتاع بارتفاع هذه الهضاب والسلاسل الجبلية وضخامتها ومناظرها الخلابة إلا إذا كانت تعوض الجولات السياحية وتقف حائلاً دون سهولة المواصلات ، وعندما تكون غير مأمونة الطرق ففى هذه الحالة تكون تحدياً كبيراً للرواج السياحى .

ونجد من الناحية الأخرى أن الزلازل والبراكين وإنتشارها فى بلدان معينة دون أخرى ، فبالتأكيد أن السائحين لا يذهبون إلى الأماكن التى ينتشر فيها البراكين والزلازل وتصبح عملية الذهاب إلى المناطق التى تتمتع بانتشار مثل هذه الأنواع مغامرة غير مأمونة العواقب فدائماً نسمع عن زلازل وبراكين فى الهند وأستراليا وبعض مناطق فى أمريكا ، بينما لم نسمع عن وجود مثل هذه الزلازل والبراكين فى تاريخ مصر الطويل ، وبهذا تكون مصر من الناحية البيئية الطبيعية والعوامل الجوية من أكثر دول العالم جذباً للسائحين من مختلف بلدان العالم برغم ما حدث من هزات عنيفة منذ وقت قريب إلا أن تأثير ذلك على وضع مصر على الخريطة الدولية للسياحة كان ضئيلا (١) .

ب : العوامل الاجتماعية المؤثرة فى الجذب السياحى

مما لاشك فيه أن البناء الاجتماعى بأنساقه المتعددة مثل النسق الاقتصادى والنسق السياسى ـ أنساق الضبط الاجتماعى ـ النسق لدينى .... إلخ . يعد من العوامل الهامة فى تدعيم أو تعويق النشاط السياحى ، ومن ثم الجذب السياحى ، وبالتالى تؤثر هذه الأنساق إلى حد كبير فى عملية الرواج السياحى . ومـا يهمنا هنا أن الوحدات الجزئية الداخلة فى تكوين البناء الاجتماعى هى الأشخاص أو الزمر الاجتماعية وليس الأفراد ، أى أعضاء المجتمع الذى يشغل كل منهم مركزاً معيناً ويؤدى دوراً محدداً فى الحياة الاجتماعية ، ولذا فقد يكون أبناء المجتمع المحلى أو الزمر الاجتماعية من خلال الأنساق المتعددة التى ينقسم إليها البناء الاجتماعى ويضمها بين طياته عناصر دفع أو معوق للنشاط السياحى ، فعلى سبيل المثال لا على سبيل الحصر ، نجد أن أبناء المجتمع المحلى برشيد لا يعيرون إهتماماً بالسياحة ولا بالسائحين ويعتقدون أن الإندماج أو الدخول معهم فى علاقات تعد من العوامل التى تؤثر فى عاداتهم وتقاليدهم وأعرافهم ، بل أنها تؤثر فى شتى نواحى الحياة ، ويدعون أن تمسكهم بالعقائد الدينية الإسلامية يجعلهم ضد إنشاء القرى السياحية مثلا أو الإهتمام بشواطئ رشيد الطويلة أو إقامة أى

(١) أنظر :

- صلاح الدين عبد الوهاب ، تخطيط الموارد السياحية ، دار الشعب ، ١٩٨٨ ، ص ص ٩٢ - ٩٧
- تحيات امام ، أقاليم مصر السياحية ، دار الفكر العربي ، ١٩٩١

مؤسسات قطاع خاص تقوم بخدمة السائحين ، ولذا فإن أبناء رشيد رغم ثراء معظمهم لا يميلون إلى إقامة أي مشروعات ترتبط بعملية تقديم الخدمة للسائحين ، كالفنادق المتعددة ووكالات السفر والمطاعم الفاخرة أو المطاعم الشعبية تى تقدم وجبات شعبية يمتاز بها المجتمع الرشيدى والتى من الممكن أن تكون مصدر جذب السائحين . هذا بعكس الحال تماماً فى أسوان والأقصر حيث نجد أن أبناء المجتمعات المحلية هناك يلهثون وراء السائح فى كل مكان ـ المرشدين من غلمانهم الذى تعلموا فن الإرشاد السياحى عبر التنشئة الاجتماعية من تلقين الكبار للصغار ويتبارون فى إقامة المشروعات والمؤسسات المختلفة التى تساعد على تلبية رغبات السائحين وتقديم كافة التسهيلات والخدمات لهم .

وهناك العديد من العوامل الاجتماعية الأخرى التى لها أثر فى عملية الجذب السياحى وهى (١) :

أ — عمليات الإقامة وتسهيلاتها :

يعد وجود الفنادق من كل الأنواع ، فنادق خمس نجوم وأربع نجوم والفنادق من كل المستويات بحيث تتناسب مع الإمكانيات المختلفة للسائحين ، بصفة خاصة الشباب والسياحة الجماعية وسياحة الشيوخ (كبار السن) ، حيث أن السائحين لا يأتون من مستوى إجتماعى متقارب أو حتى من مستوى معيشى واحد ، كما أن المدخرات القادمين بها لا تتساوى ولا تتقارب ، كما أن عادات الاستهلاك فى الإنفاق تختلف من سائح إلى آخر ، ومن الممكن أن تؤدى وفرة أو عدم وفرة أماكن الإقامة فى كل المستويات وسهولة الوصول إليها والاهتمام بأسلوب الخدمة فيها دوراً هاماً فى عملية تدعيم أو تعويق النشاط السياحى .

ب — بيوت الشباب :

مما هو جدير بالذكر أن البلدان التى تتوفر فيها بيوت الشباب سنجد أنها ستكون عنصر جذب هام للأنواع السياحية الجماعية ، وخاصة الشباب ، نظراً لقلة تكاليف الإقامة فيها مع وجود الخدمة فيها .

ج — وفرة المواصلات وسهولتها :

تعتبر المواصلات من العوامل الاجتماعية العامة التى تؤثر فى النشاط السياحى ، حيث أن المواصلات تقوم بنقل الناس أو السائحين من مكان إلى مكان آخر ، فهى تقوم بتقريب البعد المكانى وتجعله يتوافق مع البعد الزمانى فى حياة الإنسان سواء كان سائحاً أو مضيفاً .

وكلما كانت وسائل المواصلات سريعة وسهلة ونظيفة وأسعارها مناسبة ستجدها تسهل النشاط السياحى سواء كانت سياحية داخلية لأبناء الوطن الأصلى فى زيارة مجتمعات محلية أخرى داخل

(١) أنظر : محمد يسرى إبراهيم دعبس ، التربية السياحية والتنمية الشاملة ، وكالة البنا ، ١٩٩٢ ص ص ٩٩ – ١٠٦ .

المجتمع الكبير أو سياحة خارجية حيث أن السائح الأوربى قادم من بلدان قد استطاعت أن تستخدم الأساليب التكنولوجية فى خدمة وسائل المواصلات .

د - حجم المعلومات والمعارف التى يأتى بها السائحون :

وتعد وفرة المعلومات والمعارف عن الأقطار التى يزورها السائح من الأهمية بمكان فى الاستمتاع الكامل بالرحلة السياحية والجولات الداخلية ، ونجد الآن إهتماماً متزايداً فى الكتابة عن معظم بلدان العالم وأصبحت الكتب متوفرة فى كل مكان تحكى بالوصف عن أهم أماكن الزيارة وبعض طباع الشعوب والعملات المستخدمة ووسائل المواصلات واللغات المستخدمة فى كل البلدان . مثل هذه الأمور البسيطة تسهل على السائح قضاء وقته وتوفير كثير من جهده ووقته فى البحث عن الأماكن التى يرغب فى الذهاب إليها .

كما نلمس أهمية النشرات والكتب التى تصدرها مكاتب تنشيط السياحة فى أى دولة ، وكذلك النشرات التى تصدرها كثير من مكاتب الخدمات السياحية التى يشرف عليها القطاع الخاص بكفاءة عالية ، وجعل دورها بارزاً يقف مسانداً لمؤسسات القطاع العام فى مصر فى عملية الرواج السياحى ، وتحمل النشرات كافة المعلومات السياحية عن المزارات والأنواع المختلفة للسياحة وتحكى عن عناصر التراث الثقافى المتنوع والمتمايز فى ثقافة المجتمع المضيف التى تختلف وتتمايز بصورة أو بأخرى عن ثقافة السائح .

ونجد من الأهمية بمكان أن نشير إلى أهمية إمداد السائح بالمعلومات الصادقة والسريعة من الأفراد القائمين على الخدمات السياحية سواء كانت هيئات رسمية أو غير رسمية فى أى مكان يلتقى فيه السائحون بهؤلاء الأفراد ، ويبرز هنا الدور الهام الذى من الممكن أن تلعبه جمعية مثل «جمعية أصدقاء السائح» الموجودة فى كثير من البلدان المضيفة التى تنتشر بها أى أنواع للسياحة ، المهم أن جمعيات أصدقاء السائح يكون لها دور نشط وليس عملية تقليد لوجودها كفكرة ، ومن الممكن أن تتعدد الأنشطة ، فى هذه الجمعيات بحسب أنواع السياحة المتعددة ، كالسياحة الأثرية ، السياحة العلاجية ، السياحة الثقافية ، سياحة الصيد ، سياحة المؤتمرات ، السياحة الدينية ، السياحة الرياضية ، سياحة الغوص ، سياحة المعسكرات ... إلخ ، فلماذا لا تكون داخل الجمعية فرق عمل متخصصة ومتعددة المواهب ، ونشطة فى كل ميدان من هذه الميادين ويكون لديها معرفة ببقية أنواع السياحة ، لكى نجعلها تعمل فى المجال الذى يستهويها خاصة وأن أعضاء هذه الجمعيات أولاً وأخيراً تعتبر قوى عمل تطوعى بغض النظر عن المكافآت الرمزية التى يتقاضونها نظير الجهد الرائد الذى يقومون به ، وهنا نجد أن جمعية أصدقاء السائح لابد أن ينضم إلى أعضائها شباب من الجنسين يهتم بالنواحى الدينية ومتخصصين فى النواحى الصحية والأثرية والمعمارية والأدبية والفنون الشعبية والمسرحية ... إلخ (١) .

---

(١) أنظر : محمد يسرى إبراهيم دعبس ، العلاقات الاجتماعية للسائح ، وكالة البنا ، ١٩٩٣ ص ص ١٢٤ - ١٢٥

ونأمل ألا يقتصر الأعضاء على من هم فى مرحلة التعليم الجامعى أو التعليم بصفة عامة ، بل يجب أن يستثمر خدماتهم حتى بعد التخرج ومن الممكن قضاء الخدمة العامة فى هذه الجمعية ومن الممكن الإستمرار بالعمل فى هذه الجمعيات كهيئة رسمية نظير المكافآت التى تجعلهم يعملون بارتياح ويوفون بمتطلباتهم خصوصاً وأنهم يجب أن يظهروا بالمظهر اللائق من حيث الملبس ، المهم أن يكون حب العمل والإقتناع به نابع من داخل الشاب أو الفتاة والهدف منه خدمة المجتمع بغض النظر عن العائد المادى نظير هذه الخدمة حتى لو كان يحصل على أكثر مما يحصل عليه زميله فى نفس المستوى التعليمى والذى يعمل فى أحد مؤسسات الدولة أو القطاع الخاص حتى يبدع هؤلاء الشباب ونستفيد بطاقاتهم وقدراتهم ونحاول إستثمار ذوى المهارات الخاصة والقدرات الخاصة فى المجالات التى ينبغون فيها .

هـ - رفاق الرحلة (الصحبة) :

يعد الرفاق الذين يصحبون السائح فى رحلته ، خاصة وأنه من الصعب أن يأتى السائح بمفرده ، فلابد وأن يأتى إثنين أو ثلاثة معاً على الأقل ـ هنا نجد أن السائح الذى جاء مع مجموعة من الأصدقاء أحسن إختيارها فبالتأكيد سيستمتع تماماً برحلته وسينقل إنطباعاً طيباً ومعلومات كافية ووافية عن البلد التى زارها ـ ثم أنهم خلال جولاتهم الداخلية سيتجاذبون الأحاديث والمعلومات والمعارف ويلتقطون الصور التى ستظل تذكرهم بهذه المشاهد إلى ذكريات الأيام السعيدة التى قضوها سوياً ، وهنا سيكون التفاعل بين الأصدقاء أو الرفاق إيجابى .

كما نجد أهمية كبيرة فى إلتقاء هؤلاء السائحين لو كانوا سعداء الحظ بأعضاء الجمعيات التطوعية لجمعية «أصدقاء السائح» التى نطمع فى تدعيم دورها ونشرها على صعيد المجتمع ككل ـ ثم لو كانواأكثر حظاً بصحبة مرشد سياحى على درجة عالية من سرعة الإستجابة وقدرة على توصيل المعلومات التى يحتاج السائح إلى معرفتها ـ بناء عليه يكون رفاق الرحلة أحد العوامل الهامة ـ يؤثر فى عملية الجذب السياحى وزيادة فعالية الخدمات المتعددة التى تدعم النشاط السياحى وتؤدى إلى التنمية السياحية فى النهاية (١) .

و - الاستقرار الاجتماعى والاقتصادى فى البلد المضيف :

ويعنى الاستقرار الاجتماعى أن يكون غالبية أفراد المجتمع مستقرين ليس بينهم أى عناصر يمكن أن تحدث إزعاج وقلقلة فى حياة أبناء المجتمع واستقرارهم وبالتالى يمكن أن تحدث إزعاج وعدم إرتياح بين أفواج السائحين خصوصاً لو تكررت تلك الأحداث من هذه العناصر .

كما أن إستقرار المجتمع إقتصادياً وارتفاع مستوى الدخل فيه نسبياً بين معظم أبناء المجتمع وعدم

---

(١) أنظر : محمد يسرى إبراهيم دعبس ، العلاقات الاجتماعية للسائح ، وكالة البنا ، ١٩٩٢ .

ارتباط المجتمع إقتصادياً بأى دولة أخرى قد يكون لمثل هذه الأمور نصيب من السيطرة على هذا المجتمع ، وبالتالى السيطرة على أبناء المجتمع ومن ثم يفرض هذا الوضع شيء من التبعية ليست الاقتصادية فحسب ولكن التبعية السياسية والاجتماعية فى النهاية .

كما أن الاستقرار السياسى الداخلى بصفة خاصة الذى يتمثل فى عدم وجود صراعات بين أحزاب سياسية متعددة داخل المجتمع ويسعى كل حزب من هذه الأحزاب إلى الوصول إلى عرش الحكم مستخدماً فى ذلك كل الأساليب والوسائل التى تحفز أبناء المجتمع للتعاطف معه فى سبيل تحقيق هدفه هذا من ناحية ، ثم عدم وجود أى جماعات خاصة لها مصالح سياسية تتنافى مع المصالح العامة للمجتمع من الناحية الثانية ، وتكون مصدر قلق وإزعاج للسلطة وإزعاج للمواطنين وبالتالى إزعاج للسائحين الذين يعتبرون ضيوفاً على المجتمع إبان تواجدهم فى ظل مثل هذه الظروف والأحوال غير المستقرة ، ويعد الأحداث الإرهابية من جانب بعض الجماعات المتطرفة والإعتداء على الأشخاص والملكيات الخاصة العامة والأحداث المؤسفة والمقصودة للحد من تدفق السائحين على مصر . وبناء عليه يكون مثل هذه الأحوال أو الظروف والملابسات من العوامل المؤثرة إلى حد كبير على عملية الرواج السياحى أو التنمية السياحية فى النهاية .

ز - عدم وجود حروب :

وجدير بالذكر أن الحروب تخلق ظروفاً غير عادية فى المجتمع الذى يكون طرفاً فى أى حرب مع أى مجتمع آخر أو حتى توجد به حروب أهلية بين الطوائف والأقليات ذات المصالح المتصارعة وتحدث فى هذه الظروف القاسية تأثيرات عكسية وضارة على الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية والنفسية والاجتماعية فى النهاية لكل أبناء المجتمع مما يؤثر على الحياة الحياتية والنفسية والاجتماعية لأبناء المجتمع ، ويؤثر عليهم كمستقبلين لضيوفهم من السائحين .

وتدل الإحصائيات الحالية والبيانات التى يدلى بها المسئولين عن النشاط السياحى فى مصر ، وبناء على المعلومات التى نقرأها على صحات الجرائد والمجلات من إزدهار حركة الرواج السياحى لكثير من الدول العربية وبصفة خاصة مصر بعد إستقرار حالة الحرب فى الشرق الأوسط وحرب الخليج مؤخراً ، وهذا بالقطع ستظهر نتائجه فى الفترة المقبلة والذى يتجلى فى أكبر صوره فى تدفق الأفواج السياحية من الدول العربية بصفة خاصة والدول الأوربية بصفة عامة .

ج - العوامل السياسية المؤثرة فى الجذب السياحى

تعد العوامل السياسية من العوامل الهامة التى تؤثر على عملية النشاط السياحى ، ومن ثم الجذب السياحى ، ويبدو ذلك من العرض التالى :

بطبيعة الحال إن كل دولة من دول العالم لها مساراً سياسياً معيناً وأيدولوچية محددة ، فهناك بلدان نجدها مفتوحة على العالم ، ليس هناك قيود فى حركة الناس الذين هم مثار إهتمام علم الانثروبولوچيا سواء فى حرية التنقل والترحال داخل المجتمع أو خارج المجتمع إلى أى دولة أخرى كيفما يشاءون طالما لديهم جوازات سفر ، وطالما ليس هناك ضرورة أمنية تحول دون سفرهم ، أو مطلوبين وفى إنتظار أى أحكام قضائية تمس الأمن العام ، وحتى هذا فى أغلب الأحوال يتم فى ظل قوانين خاصة مثل قانون الطوارئ وبالقطع حركة سهولة دخول وخروج الأفراد سواء أبناء الموطن الأصلى أو السائحين له أثر كبير فى عملية الرواج السياحى ، وينتج الاستقرار السياسى فى أى مجتمع فى ناحيتين هامتين هما :

١ - الاستقرار السياسى الداخلى :

ويعنى إستتباب الأمن والأمان لدى المواطنين وحق كل مواطن فى التعبير بحرية عما يجول فى خاطره نتيجة شعوره بالديمقراطية ومعرفة كل إنسان فى ظل الديمقراطية بحقوقه وما عليه من واجبات تجاه المجتمع ، كما أن الاستقرار السياسى الداخلى ينجم عن عدم وجود حروب أهلية أو أى صراعات طائفية من شأنها قلقلة الإستقرار السياسى الداخلى ، وبالتالى تؤثر فى رؤية مختلف دول العالم للإستقرار السياسى الداخلى للبلد المضيف ، وأثره على العلاقات الدولية خصوصاً وأن السائحين فى أى بلد سياحى يعتبرون من رعايا الدولة التى يتمتعون بجنسيتها وعلى هذا الأساس يعاملون على أنهم رعايا تلك الدولة فى البلد المضيف .

٢ - الاستقرار السياسى الخارجى :

ويتمثل فى علاقات الجوار الطيبة بين الدول بعضها البعض ، وعدم وجود أى مشاكل حدود بين الدول ، مما يسمح بسهولة الدخول فيها والخروج بالأسلوب القانونى ، كما أن الدول فى ظل الدبلوماسية الطيبة يتمتع رعايا تلك الدول بكافة أشكال الحماية والرعاية فى أى دول بينها تلك العلاقات الدبلوماسية الطيبة ، وتشكل عدم وجود أى نزاعات أو حروب بين أى دولة وأخرى خصوصاً الدول التى تتمتع بإمكانيات سياحية من أى الأنواع فيكون ذلك عاملاً هاماً فى إزدياد حركة الرواج السياحى لما تتمتع به هذه الدول من الاستقرار الداخلى والخارجى وإحساس السائح بأنه وكأنه فى موطنه وإحساس أبناء البلد المضيف بأنهم لابد وأن يستقبلوا السائح من خلال إستقرارهم الاجتماعى واستقرارهم النفسى وفى ضوء المزاج العام الذى يعطى إنطباع عام عن إختلاف وطباع شعب البلد التى يزورها السائح ، حيث أن السائح هو أداة الاتصال الثقافى بين الشعب المضيف وبين شعبه فى حلة العودة إلى وطنه ، وخير دليل على أثر العوامل السياسية فى الرواج السياحى ما يُشاع عن مصر من بين معم الدول العربية خاصة ، والدول الأجنبية عامة بتمتعها بعوامل أمنية قوية وقلة حوادث الشغب وحالات السرقة بالإكراه أو القتل والإغتصاب ، هذا فضلا عن تمتعها بالاستقرار السياسى الداخلى إلى حد كبير - إذا ما قورن بما يحدث

فى معظم دول العام خصوصاً الدول الأوربية وأمريكا ـ ثم الاستقرار السياسى الخارجى بعد توقف الحرب فى الشرق الأوسط لمدة طويلة هذا فضلا عن تمسك أبناء مصر بكثير من العادات والتقاليد الشعبية الأصيلة وتمتعهم بصفات الطيبة والكرم المصرى المعهود ، وترحابهم بأى ضيف من خارج المجتمع ، وأدت مثل هذه العوامل إلى زيادة عدد الأفواج السياحية إلى مصر خصوصاً سياحة أفواج الشباب وأفواج المسنين وسياحة المؤتمرات بالإضافة إلى وفود التمثيل الشبابى

كما أن مصر استقبلت بعودة العلاقات العربية مع كثير من الدول العربية وبرمجت تلك العلاقات على الصعيد الدبلوماسى والاقتصادى والثقافى والعلمى الكثير من السائحين العرب فى شكل أفواج جماعية وفرادى خصوصاً وأن السائحين العرب دائماً يفضلون مصر على كثير من دول العالم ، نظراً للعادات والتقاليد المتشابهة بالإضافة إلى عامل اللغة المشتركة .

ولقد كان لكل هذه الأمور أثراً كبيراً على الرواج والجذب السياحى لمصر وإزدياد حصيلة مصر من العملة الحرة نتيجة إزدياد توافد الوفود السياحية والأفراد من السائحين العرب بصفة خاصة ، ويعتبر السائحون العرب من السائحين الأكثر إنفاقاً والأكثر إستهلاكاً على مستوى العالم كله وخير دليل على ذلك أن لندن عندما تعرضت لموجات حر شديدة هى وبعض الدول الأوربية فى حوض البحر الأبيض المتوسط ، كاليونان ويوغوسلافيا وتركيا وإيطاليا ، مما أدى إلى عزوف السائحين العرب عن السفر لمثل هذه الدول وكان لذلك أثراً كبيراً على العائد من السياحة فى تلك الفترة فى تلك الدول ، حيث أن السائحين العرب قوى مستهلكة من الدرجة الأولى ، ومع إعتدال المناخ بعد فترة وعودة السائحين العرب إلى لندن كانت فرحة وبهجة لندن بعودة تلك القوى المستهلكة إلى حد البذخ ، وعليه يجد السائحون العرب من مختلف الأعمار والأجناس ذراعاً مفتوحاً وإستقبالاً حافلاً فى لندن بصفة خاصة وفى جميع بلدان العالم عامة ، حيث أن السائح العربى هو السائح الوحيد الذى لا يخطط لرحلته السياحية ، من حيث مدة الإقامة وحجم الإنفاق فهو ينفق بسخاء وإسراف ، وهذا هو الذى تبغيه أى دولة تخطط للتنمية السياحية واضعة فى إعتبارها من الناحية الأولى أنها تستقبل السائحين أساساً كقوى مستهلكة وليس كقوى منتجة ، ولذا يهمها فى هذا الصدد تقديم كافة التسهيلات للسائحين والإرتقاء بمستوى الخدمات المقدمة إليهم ومحاولة تلبية ميولهم ورغباتهم وحاجاتهم المتنوعة بغية الحصول على أقصى منفعة مادية نظير تلك الخدمات من كافة الأنواع ، ومن قبل كافة الهيئات العامة والخاصة التى تتعامل مع السائح ، ولقد كان لتوجيهات السياسة المصرية بالاهتمام بالسياحة فى الأعوام السابقة وإزدياد هذا الاهتمام تدريجياً خاصة فى الأونة الأخيرة ، مع العلم أن التوجيهات السياسية لها أثرها الواضح فى توجيه المسار الاجتماعى والاقتصادى فى البلدان النامية بصورة واضحة للغاية ، فكان لذلك أثر واضح فى جذب السائحين العرب بأعداد كبيرة بصفة خاصة والأجانب بصفة عامة ، وذلك بعد إنشاء القرى السياحية على

إمتداد الشريط الساحلي للصحراء الغربية وسيناء وشرم الشيخ والغردقة وسفاجة وزيادة عدد الفنادق الكبرى وكافة مؤسسات الخدمات السياحية ووكالات السفر ... إلخ . ويمكنني إجمال أهم العوامل التي تجعل السائحين العرب يقبلون على مصر دون كثير من دول حوض البحر الأبيض المتوسط خصوصاً لو كان هناك تقارباً سياسياً بين الدول العربية ومصر وكذلك دول المغرب العربي ، كتونس والمغرب والجزائر (دول حوض البحر الأبيض المتوسط) على النحو التالي :

١ - عوامل اللغة المشتركة :

حيث نجد اللغة العربية هي اللغة المشتركة التي تتحدث بها كل الدول العربية بدون إستثناء ، لذا فان السائح العربي يكون أسهل له التعامل مع كافة الهيئات والقطاعات التي تسهل له رحلته السياحية ، ويجد من يتحدث إليهم بنفس اللهجة في الفنادق والمزارات السياحية ، بل يجد من يتحدثون نفس اللغة في الشوارع أثناء سيره على الزقدام ، يحضر السهرات التي معظم برامجها باللغة العربية ، وهنا يمكن أن يستمتع ويقضي معظم وقته ، في مصر وبعض الدول العربية مثل تونس والمغرب والجزائر ، في راحة وسعادة بالغة ، وهنا نجد أن اللغة من الممكن أن تكون عامل معوق للسائح العربي في الدول الأوربية خصوصاً للذين لا يعرفون اللغات الأجنبية ، بل أننا نجد أن الإنجليز أنفسهم يعزفون عن تعلم لغة غير لغتهم ومتعصبين لها ، ثم نجد الفرنسيون كذلك يتعاملون بكبرياء مع السائحين أو على الضيوف الذين لا ينطقون الفرنسية في الفنادق ، وكالات السفر ، والمطاعم ، حيث لا يجد الذي يتحدث غير الفرنسية سوى المعاملة الجافة وباستياء وبعيد عن المجاملات والترحاب ، ولقد فطنت إنجلترا مؤخراً إلى أهمية إيجاد مرشدين يتحدثون اللغة العربية بطلاقة لاصطحاب وإرشاد أبناء تلك الدول ، كما أقامت أحياء عربية باكملها تأخذ الطابع الشرقي ويقطن بها السائحون العرب من مختلف بلدان الدول العربية . وهنا نلمس إلى أي حد من الممكن أن تكون اللغة عاملاً معوقاً في الرواج السياحي .

٢ - تقارب العادات والتقاليد :

مما هو جدير بالذكر أن العرب جميعاً يلتقون ويتقاربون كثيراً فيما نطلق عليه نحن الأنثروبولوجيين عموميات الثقافة (بصفة خاصة العادات والتقاليد العامة النابعة من تعاليم الدين الإسلامي الحنيف بالإضافة إلى اللغة المشتركة كما سبق القول) ، وهذا مرده أن غالبية العادات والقيم والتقاليد والأعراف العربية مستقاه من إناء واحد ، إلا أن لكل دولة عربية خصوصياتها الثقافية ، وهذا ما نلمسه في إختلاف بعض العادات الغذائية وإختلاف طبيعة الأطعمة وأنواعها ، وكذلك بعض عادات الملبس ... إلخ ، وبالرغم من تلك الخصوصيات فإننا نجد أن السمة الغالبة بين العرب هي تقاربهم وإقبالهم على إقتباس العادات في حدود ثقافتهم عبر الاتصال الثقافي ، وهذه العمليات نطلق عليها نحن التكيف الاجتماعي والذي يجعل العربي يحس في أي وطن عربي آخر بأنه في موطنه أو بين أهله ، هذا بالإضافة إلى ما يحدث من إقتباس

للسمات المادية وغير المادية بين أبناء الدول العربية والدول الأجنبية نتيجة عوامل الاتصال الثقافي . وهذ من شأنه أن يؤثر على الجذب السياحي بين الدول المستقبلة والمضيفة خصوصاً في المنطقة الثقافية الواحدة كما هو الحال في منطقة حوض البحر الأبيض المتوسط

٣ -الكرم المصري المعهود في حسن الاستقبال والضيافة :

وجدير بالذكر أن من أجل الطباع التي تمتاز بها غالبية الشخصية المصرية الأصيلة هي كرم الضيافة وحسن إستقبال الضيوف مهما كانت إمكانية الشخص المضيف وهذا أصبح وحده من الطباع المصرية الأصيلة ، فيعتبر المصري العربي أخ له أو إبن عم له ضيف نازل عليه والنزالة والضيافة هذه لها قصص طويلة ومعانٍ عميقة في الأنثروبولوجيا لا يتسع المجال هنا لذكرها أو صديق عزيز جاء لزيارته ويجد في كل الأحوال ومهما كانت الصفة القادم بها السائح العربي حسن المقابلة والإستضافة سواء أكانت إقامته في الفنادق أو الشقق المفروشة أو الإقامة عند الأصدقاء المصريين ، ولذا العربي يجد نفسه في مصر وسط أهله وفي وطن ثانٍ له .

٤ -إنخفاض أسعار الإقامة والخدمات السياحية :

تعد أسعار الإقامة في الفنادق أو الشقق المفروشة ، وكذلك أسعار كافة الخدمات السياحية وأسعار المطاعم مع إرتقاء مستوى الخدمة والأداء في كل هذه الأماكن مناسبة ومنخفضة لو قارناها بمثيلاتها في نفس المستوى في كثير من بلدان العالم ، لذا فإن السائح العربي أو الأجنبي يحضر وفي تخطيطه مدة معينة ثم يجد أنه بإمكانه في ضوء هذه العوامل السالفة الذكر أن يستمر لفترة أخرى وبنفس الإمكانيات ، وهذه الأمور كانت من الأسباب الحقيقية وراء الرواج السياحي الذي شهدته مصر في السنوات القليلة الماضية ولا يزال الحال كذلك وفي إزدياد مضطرد .

٥ - إعتدال الأحوال الجوية :

يعد إعتدال الأحوال الجوية في مصر في الصيف والشتاء من أهم العوامل لجذب السائح العربي خاصة والأجنبي عامة ، حيث أن السائح العربي لا يطيق الحر فهو هارب بسبب شدة حرارة الجو في الصيف والرطوبة العالية في الشتاء ، ونجد في مصر أن حسن الطقس وجمال الطبيعة الخلابة التي تمتع النظر وتثير في الإنسان غريزة حب الجمال والتغني به . ونلمس من هذه الفكرة البسيطة عن الأحوال الجوية إلى أي حد تكون عامل جذب هام للسائح العربي والأجنبي على وجه العموم .

٦ - وفرة سبل المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية وبأسعار مناسبة :

ولقد كان لوفرة عوامل المواصلات بمصر وبأسعار مناسبة جداً خصوصاً تلك السبل التي خصصت أساساً لخدمة السائحين ، حيث نجد الآن سيارات وأتوبيسات من أحدث الموديلات ومجهزة بأحدث أجهزة

التسلية كالفيديو فى خدمة أفواج السياحة الجماعية أو السائحين كأفراد ومن الممكن إحضار مثل هذه السيارات فى دقائق معدودة عن طريق الاتصال التليفونى .كما نجد فى سهولة ووفرة خطوط الاتصال السلكى واللاسلكى والتلغراف ... إلخ وإنخفاض أسعارها بمقارنتها بكثير من دول العالم أن جعلت عوامل اتصال السائحين بذويهم وعائلاتهم وقضاء مصالحهم أمراً سهلاً وميسوراً ، ولقد كان لهذه الأمور أثر بالغ الأهمية فى عملية الرواج السياحى .

كل هذه العوامل سالفة الذكر قد أثرت بصورة أو بأخرى على تدفق السائحين العرب بصفة خاصة والسائحين الأجانب بصفة عامة .

ويمكن أن أجمل بعد القرارات التى اتخذتها وزارة السياحة نتيجة اهتمامها المتزايد بالسياحة ولقد أثرت تلك القرارات تأثيراً كبيراً على تدفق السائحين العرب بصفة خاصة والسائحين الأجانب بصفة عامة مما كان له أثر بالغ الأهمية فى النهاية على التنمية السياحية على النحو التالى :

أ - تبسيط إجراءات دخول سيارات السائحين الخاصة ومد فترة بقائها فى مصر إلى ستة أشهر بدلا من شهرين .

ب - منح المجموعات السياحية تخفيضات وتسهيلات وصلت إلى حدود ٥٠ ٪ بالنسبة للإقامة فى الفنادق أو زيارة الأماكن السياحية .

ج - الاتفاق على تأجير الشقق المفروشة عن طريق شركات السياحة لحساب أصحاب العقارات تحت إشراف وزارة السياحة بدلا مما كان يحدث فيما مضى من ترك الاتفاق على الشقق المفروشة للسماسرة وتدخل الوسطاء ، وهذا كان من شأنه أن يعطى صورة غير مشرفة تبعاً لاستغلال السائحين ومحاولة الحصول منهم على أكثر مما يستحق إيجار هذه الشقق بصفة عامة .

د - عمل كتالوجات وكتيبات بالبلاجات والشقق المفروشة ، وكذلك أماكن تواجدها عن طريق الشركات السياحية .

هـ - إفتتاح مصايف جديدة فى شمال وجنوب سيناء والبحر الأحمر والغردقة والدلتا والساحل الشمالى الغربى ، مما أدى إلى زيادة إستيعاب الأعداد المتزايدة من السائحين وتخفيض الضغط على الاسكندرية ومرسى مطروح ورأس البر ، تلك المصايف التقليدية التى بدأت لا تكفى لاستقبال مزيد من السائحين العرب ويمكننى أن أضيف نقطة أخرى ، وهى إنشاء القرى السياحية الجديدة وتعددها وتنوعها وتنافس الشركات القائمة على تنفيذها فى تطوير وتدعيم وزيادة خدمات ومرافق هذه القرى تدريجياً ، وهذا من شأنه أن يخلق جواً جديداً غير تقليدى أو أسلوباً جديداً فى تقديم الخدمات السياحية وإحتياجات السائحين من خلال أنماط جديدة لإقامة غير مألوفة ، ولتقديم الأكلات الشعبية

المشهورة فى مصر بأساليبها غير المألوفة ... إلخ . مثل هذه الأنماط غير التقليدية من شأنها أن تجذب السائحين من كل أرجاء الدنيا خصوصاً الأجانب الذين يتمتعون بدينامية الأنماط السلوكية وتمايزها وتغايرها حسب الزمان والمكان الذى يعيشه الأجنبى ، ويحب تجريب كل ما هو جديد والبحث عن المتعة والمعارف فى كل مكان وزمان .

و - التسهيلات الجمركية وتسهيلات منح الإقامة ، وهذا له دور بارز فى زيادة إقبال السائحين خصوصاً بعد أن بعدنا عن التعقيدات وإجراءات الجمارك المتعددة والمكررة ، وكذلك تسهيلات الإقامة التى كانت تأخذ إجراءات طويلة المدى حتى تُمنح للسائح .

ز - عمل نشرات ومطبوعات تتضمن إرشادات سياحية تتضمن لقائمة الإختيار بالنسبة للسائحين العرب بصفة خاصة والأجانب بصفة عامة بالنسبة للمصايف ومراكز العلاج والرحلات الجوية ووسائل المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية ، ومما هو جدير بالذكر أن هذه النقطة الأخيرة تحتاج إلى مزيد من الجهد والدعم ومزيد من الاهتمام ، حيث أن تعريف السائح بأماكن الكافيتريات ، والفنادق ، وكافة الخدمات السياحية ، وتلبية إحتياجاته الملحة وغير الملحة عبر أسلاك التليفون ، وتسهيلات اتصاله بأى مكان فى العالم وبذويه فى بلده عبر شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية بسهولة سيجعل بالقطع التدفق السياحى إلى مصر يزداد يوماً بعد يوم ، لقد كانت هذه بعض الإجراءات التى اتخذتها وزارة السياحة وساعدت على تدفق السائحين العرب بصفة خاصة والسائحين الأجانب بصفة عامة على مصر ، وهذا جعل المسئولين والمتخصصين والمهتمين بالنشاط السياحى يحسون بالفعل بأهمية دعم النشاط السياحى والنهوض بكل عملياته لما له من دور هام فى زيادة الدخل القومى وبالتالى النهوض بالتنمية الشاملة فى المجتمع ككل .

د - العوامل الاقتصادية المؤثرة فى الجذب السياحى

ويمكن إجمال أهم العوامل الاقتصادية فى النقاط التالية :

١ - إن الانسان السائح الذى هو محور إهتمام أنثروبولوچيا السياحة ، هو إنسان ذو مستوى معيشى معين وذو دخل يتفاوت من شخص إلى آخر ، يحتل طبقة إجتماعية معينة ، يلعب دوراً مختلفاً فى الحياة من شخص إلى آخر ، ويشغل مركزاً معيناً يختلف من سائح إلى آخر ، ذو مستوى ثقافى وحضارى متمايز ينتمى إلى فئات عمرية متفاوتة ، إنسان له ميول ورغبات وحاجات متفاوتة من سائح إلى آخر حسب الفروق الفردية من شخص إلى آخر ، إنسان قد يأتى فى جماعة أوبمفرده ، ويدخل فى علاقات متعددة ومتنوعة مع جماعة الأصدقاء القادم معهم أو زملاء الرحلة أو أبناء البلد المضيف أينما يسمح أو يتطلب الأمر التفاعل معهم ، وفى حدود معينة تقرها طبيعة التعامل وحدوده بينهم .

٢ – وفرة أو ندرة أماكن الإقامة من ناحية الكم والكيف :

ويهمنا فى هذه المسألة الخاصة بوفرة أو ندرة الفنادق وكافة أماكن الإقامة ليس عملية العدد فقط ولكن يهمنا أيضاً مستوى الإرتقاء بالخدمات فى تلك الأماكن ، ونبرز هنا عدة مسائل هامة فى هذا الصدد هى :

أ – تعدد وتنوع وتمايز أنواع هذه الفنادق ، كفنادق الخمس نجوم والأربع نجوم والثلاث نجوم ... إلخ ، أى مراعاة المستويات المتمايزة إجتماعياً وثقافياً ومادياً للسائحين ، وأن تكون أسعارها فى متناول كل هذه الفئات المتمايزة .

ب – مراعاة الناحية الكيفية والتى تتعلق بطبيعة الخدمات المقدمة للسائحين والإرتقاء بمستواها فى أى فندق من هذه الفنادق ، أى الوصول بالخدمات المقدمة للسائحين إلى ذروتها فى ضوء مستوى الفندق وإمكانيات السائح نفسه .

ج – الإهتمام بالفنادق التى من الممكن أن تستقبل أى نوع من السياحة الجماعية كسياحة الشباب والمسنين والسياحة الجماهيرية ، والتى من الممكن أن تصطحب الدورات الأوليمبية .. إلخ . حيث أن أعضاء هذه الأنواع من السياحة يحتاجون لنوع معين من الفنادق وبأسعار تتناسب مع إمكانياتهم البسيطة .

د – الإهتمام بنظام المخيمات السياحية والذى يتقارب إلى حد ما مع نظام القرى السياحية ولكن يختلف معه فى تكاليف الإقامة والمصاريف التى تتبعها نتيجة الخدمات المقدمة للسائحين من محدودى الدخل .

هـ – الإهتمام بالقرى السياحية خاصة وأن هذا النظام للإقامة يستهوى السائحون الأجانب بصفة خاصة نظراً لإقامة مثل هذه القرى فى المناطق الصحراوية حيث أن هذه البيئة الصحراوية وهذا النمط المعيشى أو الحياتى الذى يبعد عن الأنماط التى إعتادها يكون أكثر جذباً للسائحين بصفة عامة ولقد بدأ هذا النمط من الإقامة يستهوى بعض السائحين العرب الذين يميلون إلى الجو الهادئ بعيداً عن أضواء المدن بصفة خاصة .

و – الإهتمام ببيوت الشباب خاصة وأنها تخدم طبقة عمرية هامة من الطبقات العمرية التى يتضمنها المجتمع خاصة وأن هذه الطبقات التى تميل إلى الترحال والسياحة والتجوال بأى إمكانيات مادية فضلاً عن أن هذه الطبقة العمرية تتمتع بحب المغامرة والشغف والإستزادة بالمعارف وعقد الصداقات المتعددة فى كل أرجاء العالم بالإضافة إلى قوتهم الجسمية وحالتهم الصحية الحسنة وقدراتهم على تحمل أى ظروف صعبة ممكن أن تواجههم فى رحلاتهم

تحدو الاهتمام بنظام الأكلات الشعبية داخل الفنادق على مختلف مستوياتها وبأسعار مناسبة تكون حافزاً على الإقبال عليها دون غيرها من الأكلات الأخرى المألوفة للسائحين خصوصاً وأن كل مجتمع من المجتمعات الإنسانية على اختلاف أنماطها المجتمعية واختلاف أنماطها الثقافية تمتاز ببعض الوجبات الشعبية على صعيد المجتمع بل أن هنك تمير وتفرد ببعض الوجبات الشعبية للمجتمعات المحلية دون غيرها من المجتمعات أو الجماعات الأخرى داخل المجتمع الواحد

ويستهوى هذا النظام للأكلات الشعبية الى حد كبير نزلاء الفنادق الكبرى من السائحين العرب بصفة خاصة بل أن الكثير من أبناء البلد المضيف من ذو الإمكانيات الكبيرة الذين قد لا تسمح لهم الفرصة لتناول مثل هذه الوجبات في منازلهم كما أن الأجانب قد تستهويهم هذه الأكلات الشعبية خاصة بعد تناولها أو السماع عنها قبل قدومهم إلى البلد المضيف ولمست هذا بنفسي من بعض الزميلات والزملاء الأجانب الذين كانوا يأتون لفترة بسيطة بقصد تبادل الزيارات العلمية أو الثقافية أو حتى لتعلم اللغة العربية لفترة ما وإقبالهم بل وإصرارهم في كثير من الأحيان لتناول الوجبات الشعبية مرة بعد أخرى خاصة الفول والفلافل والعجة وبالذات في الأماكن المشهورة بذلك وبناء عليه فقد نجحت بعض الفنادق الكبرى خاصة فندق رمادا وشيراتون المنتزة بالاسكندرية على سبيل المثال لا سبيل الحصر في تقديم الأكلات الشعبية كأطباق الفول والطعمية والعجة . وكذلك السندوتشات من تلك الأنواع . بل وضع الفول في قدور من النحاس المطلى باللون الذهبي الملفت لأنظار السائح من مختلف أقطار العالم . وشاهدتهم يتهافتون على سندوتشات وأطباق الفول والطعمية والطرشي والعجة بالإضافة إلى أم على ولقمة القاضي والأرز باللبن والمحشي خصوصاً ورق العنب والفته والكوارع . ويمكنني أن أسجل أن طبق الفول الصغير وطبق فلافل صغير وطبق طرشي والعيش أي وجبة شعبية بسيطة سعرها وصل إلى خمسة عشر جنيهاً مصرياً ومثيلها في المطاعم الشعبية لا يتعدى جنيهان مصريان كما نجد بعض الفنادق قد استحدث تقديم الأكلات الشعبية السالفة الذكر على طبالي من الألومنيوم داخل الخيام (الشوادر) كخيام العيد السياحية بجوار فندق مكة بالاسكندرية . وشاهدت عن كثب إقبال السائحين العرب والأجانب على تناول الأكلات الشعبية على الطبالي الألومنيوم أو السندوتشات بأسعار سياحية تفوق كثيراً أسعارها في أماكن أخرى لأنها تقدم لفئة معينة من السائحين بينما من الممكن أن نجد فئة السائحين خصوصاً الأجانب الذين يبحثون دائماً عن البدائل . يتناولونها في أماكن أخرى مثل مطاعم سيدنا الحسين الشعبية ومن المتخصصين في فن طهيها وتقديمها في ثوبها الحقيقي أي التقليدي

هذه الأمور السابقة عندما يتناولها الأنثروبولوجي بالوصف وبالتحليل لكل الأبعاد المختلفة . وكافة

العوامل المتعددة والمتنوعة المؤثرة فيها ، نجده يمدنا بمادة ميدانية غزيرة تفيد المتخصصين والمهتمين بالنشاط السياحي في تخطيطهم للتنمية السياحية ومن ثم التنمية الشاملة .

٤ – يجب أن تكون أسعار الخدمات المكملة ، مثل أسعار الكافتيريات والمطاعم ووسائل الترفيه متفاوتة ومناسبة للسائحين من مختلف الطبقات الاجتماعية والطبقات الاقتصادية والطبقات العمرية أي السائحون ذوي الإمكانيات المرتفعة والسائحون ذوي الإمكانيات البسيطة خصوصاً الشباب ومحدودي الدخل ، كما تتناسب مع السياحة الجماعية الممثلة في وفود الطلاب ووفود الشركات سواءً أكانت هذه السياحة الأخيرة من داخل المجتمع نفسه أم من خارج المجتمع ، حيث أن هذه الأنواع من السياحة تحتاج دائماً إلى تخصصات خاصة في أماكن الإقامة والمطاعم والمزارات السياحية ووسائل النقل ووسائل التسلية والترفيه .... إلخ .

٥ – إرتفاع أو إنخفاض قيمة العملة النقدية التي يتعامل بها البلد المضيف لها أثر كبير على جذب السائحين وهناك دليل على ذلك ، فان إنخفاض الدينار التونسي أدى إلى إقبال السائحين من جنسيات متعددة على تونس ، ومرد ذلك من الناحية الأخرى هو إمتلاك تونس ـ كأحد دول حوض البحر الأبيض المتوسط ـ لكثير من المقومات السياحية خاصة المزارات الأثرية ، والحدائق الخلابة ، والمتنزهات ، فتونس تعتبر من أفضل دول السياحة في العالم ، وإذا كان إنخفاض الدينار التونسي أدى إلى الرواج السياحي في تونس ، فإن إنخفاض الجنيه المصري بالنسبة للعملات الأجنبية الأخرى وكذلك إنخفاض أسعار الخدمات السياحية أو المطاعم أو الكافتيريات والمنتجات الأثرية أدى إلى إقبال الكثير من السائحين بصفة خاصة والأجانب بصفة عامة على السياحة في مصر دون بلاد كثيرة وأصبحت من الدول التي تحتل مركز الصدارة بين أهم دول العالم في مجال السياحة .

٦ – وتفيدنا أنثروبولوجيا السياحة في إمدادنا عبر الدراسات الميدانة بكثير من المعلومات والمعارف والعادات المرتبطة بالأنماط الاستهلاكية للسائح ، إختلاف هذه العادات الغذائية من سائح إلى آخر ، عادات الملبس ، كيفية تقديم الأطعمة للسائحين ، تقديم أنواعاً معينة من المشروبات ، وما هي العوامل المختلفة التي تؤثر على الإقبال على أطعمة معينة دون أخرى ، ومشروبات معينة دون أخرى ، فنجد مثلا أن الدين الإسلامي له موقف من أكل لحم الخنزير ، والمشروبات الكحولية ، لذا فإن تقديم مثل هذه الأطعمة أو المشروبات من عدمه يؤثر على إقبال السائحين على أماكن تقديمها عن أماكن أخرى ، نوعية الأكلات الشعبية التي يقبل عليها السائحون ، العادات المرتبطة بتقديم الأكلات الشعبية ، إلى أي حد تختلف العادات الغذائية للسائح الألماني والتي تختلف عن السائح الأمريكي عن السائح الفرنسي عن السائح العربي ، إلى أي حد يمكن التوفيق بين إرضاء حاجات السائحين مختلفي الأذواق ، مختلفي الميول ، والرغبات ، مختلفي المستوى الحضاري والمادي ... إلخ . وشاهدت بنفسي

مدى إقبال السائحين الأجانب بصفة خاصة والعرب بصفة عامة فى أيام رمضان المبارك على الأكلات الشعبية التى كانت تقدم فى المطاعم المنتشرة حول سيدنا الحسين والجلوس جنباً إلى جنب مع أبناء مصر من مختلف الأنماط المجتمعية المحلية ، بل كان بعضهم يرتدون الملابس الشعبية كالجلباب البلدى ، وينتظرون إطلاق مدفع الإفطار كما لو كانوا مسلمين ، منتهى المجاملة ومحاولتهم المشاركة فى العادت الغذائية لأبناء البلد المضيف ، لم يحاول أحد منهم أن يأكل قبل ميعاد الإفطار خاصة وأنه ليس له أى إرتباط دينى بمدفع الإفطار ، ولكن إحساساً من هؤلاء السائحين بروح الإسلام ، وتقليداً لبعض العادات الإسلامية فى تناول الأطعمة الشعبية ، وكذلك شرب قمر الدين أو الخروب قبل الإفطار أى الأنماط الإستهلاكية لتلك العادات الإسلامية خطوة بخطوة ، ثم تناول المشروبات الشعبية ، الشاى الأخضر ، والسحلب والتمر هندى والعنّاب بعد ذلك ، وكان بعضهم يحاول تدخين النرجيلة وأكل الأرز باللبن ، وشاهدت بعض هؤلاء السائحين على نفس موائد السحور ومحاولتهم تقليد المسلمين فى تناول الأطعمة التى يتناولها المسلمين فى السحور .

مما سبق نلمس إلى أى حد تكون بعض العادات الإستهلاكية مثاراً لجذب السائحين بصفة خاصة الأجانب الذين يحبون الأشياء الجذابة وشغوفهم بمعرفة كل شىء عن عادات وطباع الشعوب التى يزورونها حيث أن السائح الأجنبى دائماً يجب أن يستفسر ويسأل ويتقصى عن كل الأشياء التى تبدو غريبة أو جديدة وجذابة ومثار دهشة بالنسبة له على الأقل .

ويتبين من خلال حسن إستقبال جرسونات المطاعم والقائمين على الخدمة فى المطاعم الشعبية للأجانب وترحيبهم الحار بهم خصوصاً وأنهم يقلدون المصريون المسلمون فى عادات قريبة إلى قلوب المسلمين ويدفعون البقشيش كأبناء البلد ، ثم بعد تناول الأطعمة والمشروبات يلفون حول مسجد الحسين وكافة المزارات المحيطة بهذا المسجد ، هنا نجد الأنثروبولوجى يبحث فى كل العوامل المختلفة المؤثرة فى أنماط الإستهلاك والأبعاد المتعددة لتلك الأنماط الإستهلاكية ومدى الإلتقاء والتقارب بين عادات الشعوب عامة وهذا يؤكد أن بلد مضيف يستقبل السائحون كقوى مستهلكة وليس كقوى منتجة .

٧ - تكاليف الوصول إلى البلد الذى سوف ينزل إليها السائح لها أثر كبير على زيادة النشاط السياحى بالإضافة إلى سهولة ووفرة وسائل المواصلات الداخلية إلى أماكن المزارات السياحية والشواطئ وجميع أماكن الترفيه ووفرة المواصلات وسهولة الطرق ويسرها وبأسعار مناسبة يؤدى بالقطع إلى رواج سياحى وزيادة الجولات السياحية للسائح وبأقل التكاليف

ومن الملاحظ أن استخدام حصيلة النقد الأجنبى كمؤشر للتنمية السياحية فى كثير من الدول قد سجل معدلات مرموقة من إيرادات السياحة الدولية ، إذ أصبحت السياحة وسيلة هامة لاكتساب النقد

الأجنبي ، وتسهم في كثير من الحالات بنحو ٢٠ ٪ من إجمالي حصيلة النقد الأجنبي ، بل أنها تعد الوعاء الأول للحصول على النقد الأجنبي (أسبانيا ـ لبنان ـ المكسيك ـ كثير من جزر الكاريبي) ، وتوضح الإحصاءات في الفترة من ٦٠ الى ١٩٦٨ أنه بينما زادت الصادرات السلعية (ما عدا البترول) بنحو ٧.٦ ٪ سنوياً نجد أن حصيلة السياحة الدولية قد زادت بمعدل سنوى يبلغ ١١ ٪ فى نفس الفترة (١) .

وإذا كانت الدول النامية يهمها إجمالي حصيلة النقد الأجنبي فإنه يهمها بالدرجة الأولى صافى هذه الحصيلة ، وقد تتجه بعض الدول النامية الى استيراد السلع والمواد السياحية التى تؤثر تأثيراً كبيراً على إجمالي الحصيلة ، ويمكن التمييز في هذا الصدد بين ثلاث مجموعات من الدول :

(أ) فى دول هذه المجموعة (المكسيك ـ يوغوسلافيا ـ أسبانيا) تُقام التسهيلات السياحية وتجهز وتزود من السوق المحلى ، كما يتم تشغيلها بالعمالة المحلية ، كما أن كثيراً من المشروعات السياحية والفندقية هى مشروعات مملوكة لرؤوس أموال محلية وتُدار إدارة وطنية ، بناء عليه تزيد حصيلة النقد الأجنبي الصافى زيادة كبيرة ، حيث تبلغ ٨٥ ٪من إجمالي الحصيلة فى هذه الدول .

(ب) وتضم هذه المجموعة (جزر الكاريبي ـ الباسيفيكى ـ بعض الدول المتخلفة فى أفريقيا وتتجه هذه الدول الى استيراد كثير من المواد الخام الخاصة بالتشغيل ، مثل بعض أنواع الطعام والشراب) بالإضافة الى العمالة المتخصصة والتجهيزات الفندقية ، وتكون بعض هذه المشروعات السياحية مملوكة لعناصر أجنبية ، وبناء عليه تقل حصيلة النقد الأجنبي الصافى وتصل الى ٤٠ ٪ من إجمالي حصيلة النقد الأجنبي (٢) .

(ج) وتضم الدول التى لا تعتمد إعتماداً كبيراً على الواردات ، لذا فإن حصيلتها من النقد الأجنبي الصافى يصل الى معدل يتراوح بين ٦٠ الى ٨٠ ٪ من إجمالي الحصيلة (٣) .

ويتوقع عدد من كتّاب السياحة أن عقد الثمانينات سيشهد تدفقات سياحية كبيرة الى كثير من دول البحر المتوسط ومنطقة الكاريبي والمكسيك وتشمل بصفة خاصة الدول الآتية (أسبانيا ـ يوغوسلافيا ـ المغرب ـ تونس ـ مصر ـ لبنان ـ اسرائيل ـ سوريا ـ تركيا ـ قبرص) مع ملاحظة أن النمو فى هذه الدول سيرتبط بالأوضاع السياسية فى بعض الدول (مصر ـ سوريا ـ لبنان ـ إسرائيل) وتشمل الكاريبي والمكسيك بالإضافة الى كولومبيا وفنزويلا وأمريكا الجنوبية .

---

(١) نبيل الروبى ، التنمية السياحية كوسيلة للتنمية الاقتصادية ، مؤتمر السياحة فى مصر ، ١٩٨٨ .

(2) Emanuel, de, Kadt., Tourism passport to development, Bahson College Library, 1979, p. 20.

(3) Burkart and Medlike, Tourism and Development Countries, by world bank, The management of tourism, Heineman, 1981, pp 19 - 20.

٨ - قلة المزارات السياحية فكلما كانت أسعار المزارات السياحية كلها منخفضة ستجد إقبالاً من السائحين على تلك المزارات الأثرية خصوصاً الأفواج الجماعية وأفواج الشباب ذو الدخل المحدود أو الجماعات التى تأتى فى صحبة جماعية كسياحة الشركات أو المؤسسات أو حتى السائحين الأجانب الذين يأتون فى جماعات ومن الملاحظ هنا فى مصر أن أسعار المزارات السياحية رغم كثرتها وتمايزها وتنوعها التى ترجع إلى عصور متعددة وقيمتها الأثرية التاريخية فإن قيمة الدخول إليها أقل كثيراً عن مثيلها فى بلدان كثيرة من العالم .

٩ - وجود السوق المصرفية الحرة وسهولة تداول النقد الأجنبى عبر البنوك حيث أن السياسة المصرفية الحلية فى مصر كان لها أثراً كبيراً فى توفير النقد الزجنبى عبر القنوات الرسمية وبسعر حر ، وهذا له أثر واضح فى إستخدام هذا النقد فى خدمة وتطوير كافة مشاريع التنمية الشاملة وليس مشاريع التنمية السياحية فقط ، بل أن هذا الإجراء كان له بالغ الأثر فى القضاء على السوق السوداء واستغلال السائحين والإضرار بهم وتعرضهم فى بعض الأحوال لأعمال النصب والسرقة ومن ثم الإضرار بالإقتصاد القومى من جرّاء تداول العملة خارج البنوك ولصالح فئة معدودة على الأصابع ضاربة بالمصلحة العامة للوطن عرض الحائط .

١٠ - اتفاق نوعية الفنادق مع نمط المجتمع المحلى أو البيئة المحلية ، فعند إقامة الفنادق يجب مراعاة نمط المجتمع المحلى سواء أكان نمطاً زراعياً ، أو نمطاً حضرياً ، أو نمطاً بدوياً ، فبالضرورة ستتفاوت نوعية الفنادق وتتنوع وتتمايز بحسب النمط المجتمعى ، فما ينفع فى البيئة الصحراوية لا ينفع فى البيئة الزراعية أو البدوية ولا ينفع فى البيئة الحضرية وخير دليل على ذلك أن رشيد وحتى فترة قريبة جداً وحتى النشرات الموجودة لا تشير إلى وجود فنادق مقامة بهدف خدمة السائحين ، وإذا كان هناك فندقين أو ثلاثة فنادق ، فليس بينها أى تمايز أوتنوع سواء فى مستوى الفندق نفسه أو طبيعة الخدمات التى تسمح للسائحين من الفئات والجماعات المتمايزة ذو الإمكانيات المتفاوتة والمتمايزة للإقامة فى رشيد ومن ثم يعود السائحون للإسكندرية لعدم ترحاب المجتمع فى إقامتهم عكس الفيوم والأقصر وأسوان وسيناء وشرم الشيخ ... إلخ

وهنا نلمس عاملاً هاماً جداً يؤثر على السياحة وهو البيئة التى ستجعلنا نراعى طبيعتها عند إقامة الفنادق والكافتيريات وكافة المنشآت السياحية ، فالذى يتناسب مع البيئة الزراعية غير البيئة الصحراوية ، غير البيئة الحضرية ، بناء عليه نجد أن القرى السياحية كانت من أنسب المنشآت السياحية التى تصلح لبيئة الصحراء .

ويهمنا كأنثروبولوجيين إلى أى حد سيُقبل السائح على هذا النوع من القرى السياحية . هل القرى السياحية سوف تستقبل الناس فى شكل جماعات ، عملية أسعار الخدمات والإقامة فى هذه القرى

السياحية ، هل ستتناسب مع إمكانيات الشباب ، وهل سيجذبهم هذا النمط من المعيشة أم لا ، هل ستناسب كل الطبقات الاجتماعية أم أن هذه القرى السياحية ستجذب نموذج معين من السائحين كما رأينا فى قرية مراقيا السياحية ، فقرية مراقيا جذبت نوع معين من السائحين فى مستوى اقتصادى معين ، بل أن أبناء مصر الذين كانوا يقبلون عليها فى مستوً إقتصادى متقارب إلى حدٍ كبير من السائحين الأجانب أو قد يفوقونهم فى الإمكانيات المادية ، ولكن كنا نجد تفاوتاً فيما بينهم فى المستوى الاجتماعى والمستوى الثقافى إلى حدٍ كبير ، هذا التفاوت والتمايز الثقافى والاجتماعى لابد من التعرف عليه فى شىء من التفصيل عن طريق الجهد الأنثروبولوچى الميدانى حتى يتسنى لنا بعد ذلك معرفة إذا ما كان هذا التمايز الثقافى الاجتماعى سيؤثر على الإقبال السياحى تدريجياً أو أن المستوى الاقتصادى هو المحك الرئيسى فى هذا الإقبال أو الرواج السياحى .

كما أقصد أنه عند بناء الفنادق وكافة الخدمات السياحية فى المجتمعات الزراعية التى بها مزارات سياحية أو مناطق أثرية ، يجب مراعاة أن هذه الفنادق والخدمات المكملة الأخرى للسائحين أو الزوار من أبناء الموطن المضيف ذاته يجب أن تكون فى مستوً يختلف بالقطع عن مثيلها فى المجتمعات المحلية فى الحضر ، أى يتفق مع ظروف المجتمع البيئية والثقافية والاجتماعية ويتفق مع خصائص المجتمع المحلى بما يشمله من أنساق متعددة .

وتعد هذه المسألة من الأهمية بمكان فى البحث الأنثروبولوچى حيث أننا نهتم هنا بالإنسان الذى سيقيم فى هذه الفنادق والذى ستقدم له الخدمات السياحية المتعددة ، كما يهمنا هنا الإنسان الذى سنستقبله فى البلد المضيف والذى سيتعامل مع الإنسان فى حدود التعامل والتفاعل داخل كافة المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق والمطاعم .... إلخ ، التى سيتردد عليها السائح ، بناء عليه سنجد مجالاً خصباً للتعرف على أسلوب الخدمة المناسبة وفق الإمكانيات المتفاوتة سنتعرف على الفنادق وأنواعها التى تصلح لكل نمط مجتمعى ، وماهى العقبات التى تواجه الخدمات السياحية فى كل نمط مجتمعى ، والتى قد تختلف كثيراً فى الأنماط الأخرى ، إلى أى حد سنستطيع الإيفاء بمطالب السائحين من مختلف الطبقات الاجتماعية والطبقات العمرية وأنماط الإقامة التى تصلح لكل هذه الطبقات المختلفة سواء فى النمط المجتمعى الريفى أو الحضرى أو البدوى .

١١ - أنماط التبادل تعد من المجالات الهامة التى تهتم بها الأنثروبولوچيا الاقتصادية أو الأنثروبولوچيا بصفة عامة ، حيث أنهم يدرسون أنماط وأشكال التبادل المتعددة مثل التبادل الشعائرى أو (التبادل العملى) بين الناس سواء أكان هذا التبادل بالسلع أو استخدام المقايضة كأسلوب للتبادل أو السلع فى مقابل نقدى ... إلخ .

وهناك عوامل كثيرة تؤثر فى التبادل منها العوامل الدينية أو العوامل الاقتصادية ، العوامل

الثقافية ، فهل دائماً التبادل يكون داخل دائرة القرابة ، أو خارج دائرة القرابة ، وهنا نتساءل إلى أى حد يستطيع الأنثروبولوچى دراسة أنماط التبادل والعوامل المختلفة المؤثرة فيها ؟

مما هو جدير بالذكر أن السائحين يدخلون فى علاقات وقتية أو علاقات غيردائمة لفترة محدودة أو طويلة نسبياً فى حالات التبادل الثقافى أو النواحى الأكاديمية أو المناهج الدراسية بينهم وبين القائمين على الخدمات السياحية أو بين بعضهم وبين مواطن البلد المضيف الذين سيتعاملون معهم ، أو الذين ستربطهم بهم صداقات ، فنجد كثير من السائحين أو الأصدقاء فى الدول العربية أوالدول الأجنبية يكون لهم بعض الأصدقاء المصريين قد يكون لديهم صداقات سواء مع بعض أبناء الدول العربية أ الدول الأجنبية ، فكثيراً ما ينزل السائح ضيفاً على هؤلاء الأفراد أو أسرهم ، أو قد ينزل لفنادق ، ثم يتبادلون الزيارات والدعوات على الطعام مما يسمح لهم بالدخول فى علاقات مع هذه الأسر ، لذا يتم بين السائح وأفراد هذه الأسر أنماطاً من التبادل الشعائرى فى الغالب كتبادل الهدايا الرمزية والتذكارية بين بعضهم البعض سواء عند حضور الأصدقاء فى البلد المضيف والتى يأخذها منهم فى رحلة عودته إلى موطنه سواء أكان قادماً للسياحة أو لأى غرض ، فمثلا عندما كان يأتى إلى قسمنا بالكلية أى أستاذ زائر أو طلاب من الدول العربية أو الأجنبية فدائماً يحدث بينهم أنماطاً متعددة من التبادل ، كالهدايا التذكارية والهدايا الأثرية ، وقد كان يصل الأمر إلى أن الأستاذ فى رحلة عودته بعد قضاء مهمته العلمية حاملاً معه الهدايا التذكارية أن يرسل إلينا الكتب العلمية التى كانت تخدم موضوعات البحث التى كنا نعد فيها رسائلنا العلمية أو يرسل بعض الهدايا التذكارية وكذلك صور لأهم المعالم الأثرية فى بلاده فى كل المناسبات التى يتذكر أننا فى بلدنا نقيم لها ثمة إحتفالات أو ثمة طقوس وشعائر معينة أو حتى فى المناسبات الخاصة .

ومما هو جدير بالذكر أن هناك عوامل متعددة ومتنوعة تؤثر فى أنماط التبادل بين السائحين من مختلف الجنسيات وبين أبناء البلد المضيف منها العوامل الاقتصادية (عامل الثمن للسلع ـ عامل الدخل للفرد) ، ومنها العوامل الثقافية (العادات ـ التقاليد ـ والعرف ـ والدين) ، والعوامل النفسية (المزاج العام لأبناء البلد المضيف والمزاج العام للسائحين والدوافع والحاجات للدخول فى علاقات الإرتياح النفسى ـ حب المغامرة ... إلخ) .

٥ - العوامل الثقافية المؤثرة فى الجذب السياحى

مما هو جدير بالذكر أن الإنسان يمتاز عن الكائنات الحية الأخرى بتنوع أنماط السلوك والاستجابات المتعددة تجاه المواقف المختلفة ، وعليه تختلف العادات السلوكية ويتبلور هذا الاختلاف فى اختلاف عادات الطعام فى الجماعات المتباينة ثقافياً ، يعنى على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر أن العادات الغذائية للبدو تختلف عنها عند القرويين ، عنها فى المجتمعات المتحضرة ، كما نجد أن عادات الغذاء أو

المشروبات تختلف عند الإنجليز ، عن الفرنسيين ، عن الشرقيين . وقد تناولت ذلك خلال حديثى عن العادات الغذائية ، ونجد مثل هذا التمايز والاختلاف أيضاً فى عادات الملبس والزينة فى الأنماط المجتمعية المختلفة ، حيث نجد أن الوظيفة الاجتماعية أساساً للزينة والملبس ـ كسمات مادية ـ تتفاوت وتختلف من نمط مجتمعى إلى نمط مجتمعى آخر ، فقد تكون وظيفة الملبس فى مجتمعات معينة للدلالة على الحياء أو الوقاية من البرد فى الشتاء وقيظ الحر فى الصيف فى مجتمعات أخرى ، وقد نجد وظيفته الدلالة على المكانة الاجتماعية أو الدلالة على البذخ أو مظاهر الثراء ، أو نجد وظيفته الدلالة على المهن أو بعض الحرف أو الدلالة على نوع الجنس ... إلخ ، ومن الممكن أن نجد أكثر من وظيفة للملبس فى المجتمع الواحد أو تتفاوت الوظائف من نمط مجتمعى إلى نمط مجتمعى آخر ، بناء عليه تختلف الدلالات الاجتماعية والثقافية من مجتمع إلى مجتمع آخر ، بل داخل المجتمع الواحد خاصة المجتمعات التى تحتوى على جماعات هامشية متعددة قادمة من بيئات متمايزة ثقافياً وحضارياً وإجتماعياً .

كما نجد أن وظائف الزينة ـ كسمة ثقافية مادية ـ تختلف دلالتها الاجتماعية والثقافية من نمط مجتمعى إلى نمط مجتمعى آخر ، فقد تعتمد بعض المجتمعات على المواد التقليدية فى التزين وقد تعتمد مجتمعات أخرى على المستحضرات الكيماوية ، وقد تجمع بعض المجتمعات على نوعى تلك المواد وذلك فى حالة تعدد الجماعات الهامشية بين النماذج التقليدية والنماذج الحضرية من تلك المجتمعات ، وقد تجد مجتمعات أن الطبيعة الإنسانية البسيطة والعادية فيها أسمى معانى الجمال ولاستخدام مثل هذه المجتمعات وخصوصاً البدوية غير الكحل والحنة أو الوشم فقط .

أقصد مما سبق أن طبيعة الثقافة أساساً فيها تباين ، ولولا هذا التباين فى طبيعة الثقافة والتنوع فى الاستجابات لما وجدنا إختلافاً بين المجتمعات الإنسانية ، صحيح أن المجتمعات الإنسانية من الممكن أن تتلاقى فى عناصر معينة نسميها عموميات الثقافة مثل الدول العربية ، ونجدها تلتقى فى عناصر مشتركة أو عناصر عامة للثقافة ، كالنطق باللغة العربية مثلا إلا أننا نجد أن هناك خصوصيات للثقافة التونسية أو المغربية وخصوصيات للثقافة المصرية . هذه الخصوصيات تتمايز فى كل ثقافة عن الأخرى عن الثقافات السابقة فى كل ما يتعلق بالعادات الغذائية وعادات الملبس والزينة بالرغم من إنتمائها لمنطقة ثقافية واحدة .

بل من الممكن أن نجد جماعات منظمة بطريقة فيها شىء من التساند والتكامل داخل المجتمع الواحد تتمايز بعد ذلك فيما نطلق عليه الثقافة الفرعية وقد تلتقى تلك الجماعات بثقافتها الفرعية فى عناصر عامة تعبر عن الثقافة الأم للمجتمع ككل ، يبقى فيه شىء من التمايز سواء بين المجتمعات التى تلتقى مع بعضها البعض فى عناصر عامة وهذا التمايز هو الذى يعطى شىء من الخصوصية لكل ثقافة عن الثقافات الهامشية الأخرى فقد نجد اتجاهات متباينة نحو العلاقات الاجتماعية مثل وضع ومركز الرجل والمرأة مثلا

فى الأنماط المجتمعية المختلفة ، تختلف فى أنماط المجتمع البدوى عن المجتمع الريفى عن المجتمع الحضرى نجد عادات إحترام الكبار ، علاقات المزاح ، العلاقات بين الطبقات العمرية بعضها البعض تتفاوت من نمط مجتمعى إلى نمط مجتمعى أخر ، نجد عادات الزواج تختلف هى الأخرى من ثقافة فرعية إلى أخرى أو بين المجتمعات المحلية الصغيرة داخل المجتمع الواحد على الرغم من أن كل هؤلاء الناس ينتمون إلى مجتمع واحد فى النهاية هذا من ناحية ، كما أن الأنماط السلوكية للناس جميعاً برغم إنتماءاتهم وتمايزاتهم العرقية والسلالية فإنهم ينتمون جميعاً إلى نوع واحد الذى هو نوع الإنسان هذا من الناحية الأخرى .

إلا أن هذا التمايز والتباين يحدث فى طريقة التعبير عن الأفعال السلوكية فى طريقة ، الاستجابات فى طريقة التفاعل فى ظروف العلاقات وإقامتها بين الناس بعضهم البعض وبين أفراد المجتمع الواحد أو المجتمعات الأخرى ومثل هذه العمليات وتباينها تعد عوامل هامة للجذب السياحى .

فضلاً على ذلك فإن مثل هذه الأمور تعطى لنا رؤية شاملة عندما نخطط للتنمية السياحية ، حيث يجب مراعاة هذا التنوع والتباين والتمايز والتفرد فى أنماط السلوك للسائح الفرنسى أو للشخص الفرنسى أو الإنسان الإنجليزى أو الإنسان الإفريقى ، الإنسان العمانى أو السائح الأمريكى . وهنا يلعب الأنثروبولوچى دوراً كبيراً فى تحديد أنماط سلوكية خاصة لكل سائح من كل جنسية فى ضوء أنه يستطيع أن يفهم المحيط الثقافى الذى جاء منه السائح ، هذا فضلا عن أنه يقدر على فهم استجابات السائح ، كما يقدر أن يتعرف على مقومات الشخصية الفرنسية والتى تختلف عن مقومات الشخصية الإنجليزية ، بالتأكيد نجد أن الإنجليز يلتقون فى بعض السمات العامة التى تعطى لنا ضوءً واضحاً حول أبعاد تلك الشخصية ، فمعرفة معالم وأبعاد وملامح الشخصية القومية للإنسان فى البلد القادم منها السائح لها دوراً كبيراً جداً فى النهوض السياحى ، بالقطع فيه تفاوت بين الأشخاص بعضهم البعض داخل المجتمع الواحد ، ولكن فيه إلتقاء نحو الاتجاهات العامة والمطالب والحاجات العامة للمجتمع ، وهو ما سبق أن تحدثنا عنه فى عموميات الثقافة . لذا فالسائح عندما يُقدم إلى البلد المضيف فإنه يعبر فى الغالبية عن عموميات الثقافة أكثر من خصوصيات الثقافة للجماعة المحلية التى ينتمى إليها .

ما يهمنا فى هذاالصدد عملياً هو توظيف مثل هذه المعلومات لبلورتها فى فهم أنماط سلوكية محددة قدر المستطاع للسائح فى كل نمط مجتمعى على حدة ، وإذا حدث شيء من الإختلاف والتمايز أو التباين يكون فى حدود بسيطة ، وبناء عليه نستطيع أن نخطط أو نُحدث شيء من التنمية السياحية الفعلية القائمة على أنماط السلوك للبلد الجاذب للسياحة (المضيف) والبلد الذى يصدر السائحين .

ويبقى هنا دور وسائل الإعلام أو دور المجلات أو الجرائد ودور التليفزيون فى التعريف ببعض نماذج أو مقومات الشخصية السائح فى كل نمط مجتمعى أو فى كل بلد وأستطيع القول أن البرنامج التليفزيونى

خمسة سياحة ، جولة الكاميرا . برامج ناجحة إلى حد معين خاصة فى إمدادنا بالمعلومات الوصفية وسرد الحقائق التاريخية عن الآثار والأماكن والمناطق السياحية ، ويمكن القول أنه بتطوير هذه البرنامج ودعمها بمتخصصين فى مختلف الأبعاد التى يهتم بها النشاط السياحى سنجد كمثل هذا البرنامج أو برامج مماثلة بعد الرؤية التحليلية والعوامل المؤثرة وأسباب إقامة وتطوير وإزدهار مثل هذه المناطق الأثرية أو الآثار ذاتها ونبذة عمّن أقام وشيّد مثل هذه الآثار مع إطالة مدة هذه البرامج ، فستخدم كثيراً فى الإرتقاء بما يمكن تسميته التربية السياحية كخطوة أساسية فى زيادة الوعى السياحى فى البلد المضيف .

وأعتقد أن ما يؤكد ذلك بدورة سول الأوليمبية في كوريا ، وتعتبر كوريا من البلاد النامية ، خير نموذج ناجح لعملية الجذب السياحى من خلال تلك الدورة (السياحة الرياضية) فمن خلال متابعة الدورة نعرف إلى أى حد استطاعت إستغلال الطبقات العمرية المختلفة . أطفال ، صبيان ، شباب ، رجال ، شيوخ ، بنات ، نساء ، الجميع فى كوريا اشترك وعبّر بالتراث الشعبى وبالأغانى بالفلكلورية وبالترحاب وبصورة تجسد ثقافة الشعب وصدق مشاعره والتعبير بكل الأحاسيس والنبضات الصادقة عن تراث بلده بغية الظهور بالمستوى اللائق لبلد نام له عاداته وتقاليده وإرتقاء الأنماط السلوكية لهذا الشعب هذا أولاً ، ثم جاء العنصر التجارى بعد ذلك أو عنصر التسويق السياحى من خلال تقديم الخدمات للذين قَدموا لمشاهدة الدورة أو الذين اشتركوا فى الدورة .

والذى يهمنا هنا هو أن المكسب الكيفى كان كبيراً من خلال التعبير عن العادات والتقاليد وعن الأسلوب الحضارى والنظافة والتربية البيئية ، كل هذه الأمور أحدثت دوياً إعلامياً على جانب كبير من الأهمية فى جعل كوريا تكسب أكثر بكثير من ملايين الجنيهات التى دخلت خزانتها نظير الخدمات السياحية التى قدمت للزائرين أى نظير حالة الرواج السياحى المؤقت ، ولكن جعلت الناس فى كل مكان والهيئات من خلال مشاهداتهم للدورة ومتابعة هذا التراث الكبير والاحتفالات وحتى الذين كانوا يرونها كدورة رياضية فقط أن يتعرفوا على جمال الطبيعة ، جمال التنسيق ، الإبداع الإنسانى المتمثل فى إبداع الصغار والكبار ، هنا نجد المحاكاة والتقليد بين جيل الصغار وجيل الكبار ، بل بين أجيال الصغار بعضهم البعض حيث أن نماذج الأطفال فى كل مكان خلال الدورة والتى اشتركت فى الإحتفالات وتقديم كافة العروض كانت نموذجاً للمحاكاة والتقليد من جانب كل أطفال كوريا ، بل وإنبهار أطفال العالم جميعاً بهذا الإبداع الفنى والسلوكى وهذا سيزيد من حب الإبداع والإبتكار وحب الأجيال بعضها البعض .

ولقد كانت أن فكرة «مهرجان الزواج الدولى» التى أقامتها شركة سياحية والتى أشرف عليها الشاب الطبيب صاحب الشركة ، أقامها فى قريته ، ولا أذكر بالضبط إسم القرية ، كانت فكرة طيبة فى الدعوة للسياحة من مختلف بقاع العالم لمشاهدة كيفية ممارسة الإحتفال بالزواج فى البيئة القروية مثلا .

وعلى الرغم من أن الفكرة فى حد ذاتها كانت فكرة إقتصادية فى المجال الأول ، حيث أن هذا الشاب رجل أعمال وصاحب شركة أو مكتب خدمة سياحية ، فيريد أن يحقق ربحاً مادياً للشركة أولاً ، ثم مكسب إعلامى للشركة من الناحية الثانية ، ولقد كان ذكياً عندما إختار عنصر من عناصر التراث الشعبى وهى مراسم الإحتفال بالزواج ، وكيف أن مراسم الإحتفال بالزواج تختلف من نمط مجتمعى إلى نمط آخر وتوضيح إختلاف هذه المراسم والعادات التى تمارس والأنماط السلوكية المختلفة ، مثل كيفية الإحتفال بالعروس وتجهيزها للدخلة ، كيفية زفافها ، كيفية إعداد الأطعمة وأنواعها ، كيفية تقديم الأطعمة ، من المشاركين فى إعدادها وتقديمها ، من الذى يحيط بها فى فترة الإحتفال ، من الذى يقوم بخدمتها فى الأسبوع الأول من زواجها ، مثل هذه الأمور هل يتم ما يماثلها فى منزل العريس وتبيان تفصيل ذلك .

وأعتقد أن هذه الأنماط لو كان كُتِب عنها فى كتب صغيرة بها معلومات أخرى عن كيفية إتمام الخطبة ، من الذى يشترك فى إتمام الخطبة ، من الذين يذهبون لشراء الشبكة ، ماهية المهر . هل المهر مرتبط بالشبكة ، أم كل منهما منفصل عن الآخر ، من يدفع المهر ، كيفية دفع المهر ، من المشاركين فى دفع المهر ، هل العريس أم أبوه أم أقاربه العاديين ، هل هناك ثمة احتفالات أو طقوس تُقام عند تقديم الشبكة والمهر ... إلخ .

مما هو جدير بالذكر أن هذه النقاط السالفة ، بل ومزيد عن تفاصيلها لا تجد من يتجاسر ويغوص فيها غير الأنثروبولوچى فهو الذى يستطيع أن يوضح ماهية الإختلافات بين تلك الممارسات فى الأنماط المجتمعية المختلفة ، فاذا كانت الفكرة تمت فى قرية فنفس الفكرة من الممكن أن تتم بصفة دورية فى أماكن مثل القرى السياحية التى تقام فى الصحراء الغربية ، بل أن عناصر التراث الشعبى المصرى وما يتضمنه من العادات والتقاليد والفنون الشعبية التى من الممكن أن يتم تمثيلها فى مشاهد تمثيلية عبر حفلات السمر أمام السائحين .

وهذا بالتأكيد يكون له أثره الكبير فى دعم الناحية الاقتصادية للبلد المضيف نتيجة تدفق السائحين وبالتالى زيادة العملة الصعبة التى تدخل خزانة تلك البلد ، وما يهمنا كأنثروبولوچيين بالإضافة إلى ذلك هو نقل التراث الثقافى أى نقل عناصر الثقافة عن طريق عمليات الاتصال الثقافى بالعرب المتمثلة فى عمليات نقل هؤلاء السائحين لعناصر التراث ، حيث أن السائحين فى رحلة العودة يقصون على زملائهم ورفاقهم وأبنائهم فى رحلة العودة عن عناصر التراث الشعبى فى مصر وإختلاف عناصر الثقافة (العادات والتقاليد والعرف .... إلخ) بين الجماعات الهامشية أو الثقافات الفرعية فى كل نمط مجتمعى داخل مصر .

وما يؤكد أهمية العوامل الثقافية فى عملية الرواج السياحى ، ما حدث من عرض أوبرا عايدة ، فبهذا الحدث الإعلامى الكبير ، وكيفية خلق المناخ التاريخى والبيئى الذى تم فيه عرض هذه الأوبرا محاكاة للتاريخ الماضى . كان هذا له دلالة كبيرة على مدى أهمية خلق المناخ النفسى والبيئى والثقافى الذى تمت

فيه مثل هذه المشاهدة منذ القدم ، وكيف أن السائحين والزوار أتوا إلى مصر من جميع أنحاء العالم لمشاهدة أوبرا عايدة فى موقعها التاريخى بالرغم من أنهم يعرفون جيداً أن هذه مجرد مشاهدة تمثيلية من خلال الأوبرا ، ولكن شغفاً وولعاً بالتراث الثقافى التاريخى القديم بصفة خاصة .

ثانيا : الصناعات التقليدية واستغلال موارد البيئة المحلية

تبرز أهمية الصناعات التقليدية وبساطتها فى أنها تعتمد على موارد البيئة المحلية والمواد الخام المتوفرة فى نفس المجتمع المحلى ، وبالتالى فهى توفر موارد نقدية خصوصاً العملة الصعبة عند شرائها هذا من ناحية ، ثم أن هذه الصناعات تعتمد على أبناء المجتمع المحلى فى الآن عينة ممن تدربوا على هذه الحرف اليدوية وأتقنوها عن طريق الأجيال الكبرى هذا من الناحية الثانية ، ثم أن هذه السلع تكون تكلفتها بسيطة وعائدها الربحى مجزى ، وبناء عليه فإن دخول الأسر القائمة على صناعتها ترتفع تدريجياً وتبعاً لزيادة إنتاجها المتميز الذى يدل على الأصالة والإبداع والتلقائية والتواصل مع البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية الموجودة بالمجتمع ، ولذا فإن هذه الصناعات التقليدية لها دور هام فى تنمية المجتمع المحلى لاستغلالها الموارد البيئية المتاحة وعدم إهدار تلك الموارد ، ثم استغلال عنصر الموارد البشرية من كل الأعمار المتوفرة فى المجتمع المحلى .

ثالثا : كيفية تدريب وتعليم النشئ على الصناعات التقليدية

ما لاشك فيه أن الانسان لديه قدرة لا حدود لها على التعلم والإستجابة السريعة والتوافق مع البيئة المحيطة ، أى أن الفرد من يوم مولده مزود ببعض الإمكانيات لاكتساب الثقافة ، وهذا يعنى أيضاً أن الثقافة عملية مكتسبة ، إلا أن الفرد لا يولد بطبيعة الحال مزوداً بإمكانيات التكيف مع ثقافة معينة مثل الثقافة التى من الممكن أن يتعايش معها ، حيث أن فى كل مجتمع يوجد أكثر من ثقافة (الثقافات الفرعية) والشخص لابد أن يتكيف مع الثقافات المحيطة به مع تعددها وتمايزها ومع العلاقات الاجتماعية للأفراد الذين يدخل معهم فى علاقات إجتماعية وقد ينتمون لثقافة مغايرة لثقافته .

هنا نجد مسألة أنثروبولوجية على جانب كبير من الأهمية تطرح نفسها ألا وهى الطرق التى من خلالها الفرد يكتسب الثقافة ويكتسب القدرة على التكيف مع متطلباته أى كيف يصبح الإنسان إنساناً ؟ ما هى الطرق التى يتعلم من خلالها الثقافة بشقيها المادى وغير المادى ويكتسب القدرة على التكيف مع متطلباتها ، هنا يعيش كإنسان يدخل فى علاقات يتفاعل ويتواصل فينتقل من مكان إلى مكان آخر يحمل التراث الذى يعبر عن ثقافته (العادات والتقاليد والفنون الشعبية ، الصناعات التقليدية ... إلخ) والذى يستطيع من خلاله كإنسان حامل للثقافة أن يتكيف مع الثقافات الأخرى ، هنا التعليم يتم عن طريق التقليد والمحاكاة أو عن طريق التعليم المقصود أو الهادف والتعليم غير المقصود (التنشئة الاجتماعية) أو كما نسميه فى الأنثروبولوجيا التربية الرسمية والتربية غير الرسمية .

مما سبق يتضح أنّ عملية التعليم مستمرة خلال مراحل حياة الإنسان ، وهذا يعنى أن الإنسان يظل يتعلم طيلة حياته ، فقدر المعلومات التى يتعلمها الصغير والخبرات التى يكتسبها تتراكم طوال مراحل نموه ، وهى إذ تختلف فى كل مرحلة عمرية عن الأخرى من حيث الكم والكيف ، فتختلف نوعية ومقدار المعلومات التى تلقن للكبار عن تلك التى تلقن للصغار ، حيث أن الكبار يلقنوا الصغار جيلاً بعد جيل ، وهذا يعنى أن عملية التلقين عبر الأجيال فى استمرارية ، كما يستطيع الكبير أن يكتسب من البيئة ما يتوافق مع الدور الاجتماعى الجديد الذى يلعبه نتيجة تقدمه فى العمر .

وبناء عليه يختلف الدور الذى يؤديه الأطفال من الجنسين عن النساء ، عن الرجال . وكذلك المسنين فى نماذج تلك الصناعات التقليدية . وكذلك الفنون الشعبية ، حيث تلعب المعايير الذاتية (الجنس ـ العمر والطبقة) ، ثم المعايير الموضوعية (الخبرة ـ الكفاءة ـ التدريب) دوراً هاماً فى توزيع الأدوار المناسبة لكل فرد فى تلك الصناعات حسب تلك المعايير سالف الذكر .

ومن الطبيعى أن تتخصص عائلات بأكملها فى صناعة نوع معين من الصناعات التقليدية وتشتهر بذلك ، ويتربى النشء على إتقان تلك الفنون والصناعات أجيالاً عبر أجيال ، فتتخصص عائلات الزعيرات فى صناعة الحصير ، وبعض عائلات من بسيون بصناعة الأحذية المطرزة ، وتتخصص كثير من عائلات الحرانية فى صناعة السجاد والأكلمة التى تعبر عن البيئة الطبيعية والمهنية والاجتماعية التى تحيا خلالها تلك القرية .... إلخ .

كما نجد بالإضافة إلى التعليم غير الرسمى عبر عمليات التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة فى التدريب على تلك الصناعات التقليدية للمحافظة على التراث الشعبى توجد بعض المعاهد المتواجدة فى المدن التى بها مقومات سياحية ، فنجد على سبيل المثال لا الحصر معهد الحرف الأثرية لمدينة رشيد (١) .

ويعمل بمعهد الحرف الأثرية عدداً من النجارين الكبار بالإضافة إلى مجموعة من الصبية الصغار لتدريبهم على يد أصحاب الخبرات حتى يصبحوا بعد مرور عدة سنوت نجارين محترفين فى ترميم القطع الخشبية المعرضة للتلف فى المنازل الأثرية والمساجد ، كما يقومون بصنع أبواب وشبابيك مماثلة لتلك التى يقومون بترميمها عند تعذر عملية الترميم نتيجة تحلل معظم أجزاء العناصر الخشبية عن طريق الفطريات والنمل الأبيض والبكتريا .

وينضم إلى هؤلاء طلبة المدارس والكليات وأصبحت الآن قاصرة على أبناء رشيد بعد أن كان ينضم فى الماضى طلبة من جميع أنحاء مصر كمعسكر للإشتراك فى أعمال الترميمات ونقل مخلفات الترميم والنظافة ، وكان العمل مشتركاً بين مجلس المدينة وهيئة الآثار ، وكانوا ينامون بالمدارس ، ولكن الآن

---

(١) مجلد آثار رشيد

يقتصر العمل على أبناء رشيد .

كما تم عمل بيت الهدايا وإستراحة الزوار عن طريق تجهيز الدور الأرضى ، منزل عرب (متحف رشيد) لاستخدامه كبيت للهدايا مع تزويده بنماذج مستنسخة من أصول ثابتة من منتجات معهد الحرف الأثرية كأعمال النجارة العربية ، الجص والزجاج المعشق ، والمشغولات النحاسية والصدف ، وتم تجهيز إحدى القاعات الكبيرة بالدور الأرضى بمنزل الأمصيلى بالأثاث والمفروشات على الطراز القديم الذى يتناسب مع طبيعة وطراز الأثر وذلك لاستخدامه كإستراحة للزوار .

مثل هذه الجهود نجد مثيلها فى محافظة مطروح وفى سيناء والفيوم عن طريق المتاحف التى تقام فى تلك المحافظات للمحافظة على التراث الشعبى حيث يعرض فى هذه المتاحف المنتجات الشعبية والحلى الشعبية والأزياء الشعبية والمنتجات المطرزة بالخرز والأكلمة اليدوية وأشغال الإبر وكافة المنتجات التقليدية التى تشتهر بها كل محافظة والتى تكون مصدر هام للجذب السياحى باستخدام موارد البيئة المحلية .

رابعا : الأنواع المختلفة للصناعات التقليدية فى مصر وبلدان حوض البحر الأبيض المتوسط

مما لاشك فيه أن تعدد الثقافات الفرعية فى مصر كان له أثراً بالغ الأهمية فى تعدد وتنوع الصناعات التقليدية فى مختلف المناطق التى بها جذباً سياحياً فى مصر تبعاً للسياج الاجتماعى والثقافى لنمط المجتمع المحلى ، فالمنتجات النحاسية والفضية الأصلية والمقلدة فى خان الخليلى ، بالإضافة إلى المنتجات الجلدية أصبحت تتميز بها دون كثير من المناطق فى ج . م . ع .

كما نجد أن الصناعات التقليدية كالأكلمة والحمول والسجاد وصناعة العجو ، التى تنتشر فى منطقة سيوة ومطروح تختلف إختلافاً بيّناً عن تلك الصناعات التقليدية التى تصنع فى منطقة سيناء تبعاً لاختلاف الخصوصيات الثقافية لتلك الأنماط المجتمعية المحلية .

وتوجد بقرية الحرانية بالجيزة صناعات تقليدية متميزة من فن النسيج والسجاد من الصوف والقطن باستخدام الأنوال البسيطة المنتشرة بالمنازل ، وكذلك الرسم البانيك وصناعة التماثيل والتحف والأوانى الفخارية والمنتجات الخزفية .

وتعد هذه الفنون نتاج طبيعى لإبداع النشء فى تلك القرية المصرية وعلاقاتهم بالأبعاد الحياتية لقريتهم وتعبيرهم عن البيئة والطبيعة والخصوصية الثقافية للقرية ، فضلاً عن أنها نتاج طبيعى لما يتعلمه الأطفال والصبية والشباب عن طريق الكبار داخل «بيت الفن» الذى يدرب ويعلم الطفل كما ينمى خياله ، ويتعلم تعلم الحرف المختلفة فيه وإطلاق الصناعة لأفكار الطفل وباستخدام موارد البيئة المتاحة .

وجدير بالذكر أن إنتاج قرية الحرانية عُرض فى معارض عالمية فى مختلف بلدان العالم ويجد صدى طيب لأنه يبعد عن التقليد ويدل على الأصالة سواء السجاد أو اللوحات الصوفية المعلقة لأنها تعبر

عن حياة الرعى والزراعة والصيد بالإضافة إلى الألعاب الشعبية ومظاهر الاحتفالات الشعبية لقرية الحرانية (١) .

وفيما يلى أهم أنواع الصناعات التقليدية بمدينة الفيوم والقرى المحيطة بها حيث تتنوع وتختلف تلك الصناعات من قرية لأخرى .

الصناعات التقليدية	القرية التى تقوم بإنتاجها
١ - منتجات النخيل :	
* الأقفاص ، الحصير .	- العجمين .
* الحبال ، المقاطف ، الأقفاص .	- العجمين وطبهار .
* السلال والأطباق من سباط النخيل والخوص الخام ، الحصير .	- الأعلام ، الكعابى الجديدة .
* الدوبار .	- جرفس .
* البرانيط ، الليف ، تجفيف البلح .	- بيهمو .
٢ - التطريز والأشغال اليدوية :	
* صناعة الخرز .	- فيدمين ، طبهار ، الحادقة
* المناديل والطرح .	- إبشواى ، سنورس ، الحادقة ، طبهار ، هوارة المقطع ، الفرق .
٣ - صناعة الطواقى وغطاء الرأس (تعتمد هذه الصناعة على صوف الغنم ووبر الجمال .	- سنباط ، دسيا ، فيدمين .
٤ - وبر الجمال ومنتجاته (أغلى من منتجات صوف الأغنام) :	
* الأحرمة والعباءات والشال .	- أبو جندير ، قصر الباسل ، معجون .
* السجاد والأكلمة .	- جرفس ، مركز التدريب المهنى بمنيا الحيط ، أبو جندير .

(١) أنظر لمزيد من التفاصيل :
مجلة الكويت . العدد ٩٨ ، إبريل ١٩٩٣ ، ص ١٢ - ١٩

(٢) هالة عبد الرحمن الرفاعى . التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة فى المجتمع المحلى ، وكالة البنا للنشر ، ١٩٩٣ ص ص ٢٧٠ - ٢٧١

. نماذج للصناعات التقليدية في تونس ، الجزائر ، والمغرب كدول حوض البحر الأبيض المتوسط

نجد في المغرب أشغال الإبرة والتطريز والعباءات الحريمى المطرزة التى لها غطاء رأس ، وهذا الغطاء تمتاز به معظم دول المغرب العربي (تونس ـ الجزائر ـ المغرب) ماعدا ليبيا ، وتشتهر المغرب كذلك بالصناعات الجليدية خصوصاً الأحذية الجليدية والجاكيت الجلد المميز .

كما نجد في تونس بعض الصناعات التقليدية مثل العباية المطرزة ، وأشغال الإبرة ، بالإضافة إلى السجاد والصناعات التقليدية للملابس كالحرير الطبيعي والسيرما وهي غالية الثمن ، إلا أن هناك أنواعاً مقلدة لمحدودى الدخل من السائحين بحيث نجد كل سائح يستطيع أن يحصل على سلعة تذكارية تتناسب مع دخله .

ونجد في ليبيا العباية ، والجرد ، والأكلمة ، والسجاد ، والشنة المصنوعة من الصوف الحمراء اللون ، ومنها الأسود اللون ، ، وهناك الجرد الحريمى الذى ترتديه المرأة فوق ملابسها العادية حتى لا يراها أحد .

كما توجد السلال والخوص والأوانى الفخارية وكل هذه الصناعات تعتمد على موارد البيئة المحلية .

ونجد أن هناك من الأكلات الشعبية التى تشتهر بها دول المغرب العربي والتى تقدم للزوار كمظهر من مظاهر الاحتفال بالضيوف ، فنجد في ليبيا العصيدة ـ الكسكسى ـ الزميطة ، وتشتهر مدينة (زوارة) بعمل الكسكسى بالأسماك بأنواعها ، ونجد المغرب تمتاز بطبق الأرز بالفراخ والقراصيا الحريرة (نوع من الحساء المغربي الشهير) ، بينما نجد الجزائر تشتهر بالكسكسى ومختلف العجائن بالمكسرات ، وتشتهر تونس بالأسماك والأرز ، في حين نجد مصر تشتهر بالملوخية بالأرانب ، والمحشيات بجميع أنواعها ، وأم على ولقمة القاضى ، والفول والطعمية ، واللحوم المشوية . وتعرض هذه المأكولات الشعبية في المعارض الدولية كسوق برلين السياحى من أجل جذب السائحين إلى مصر .

خامسا : المقومات والتحديات التى تواجه الصناعات التقليدية

لقد كان توفر موارد البيئة المحلية التى تقوم عليها الصناعات التقليدية من أهم المقومات التى تعتمد عليها تلك الصناعات وتوفيرها للعملات الصعبة عكس بعض الصناعات التى تعتمد على الخامات المستوردة ، ثم أن وجود بعض الحرفيين والفنيين والصبية سواء داخل الأسر أو في المحال التى تقوم بصناعة تلك المنتجات له أثر كبير في دعم تلك الصناعات وتنشيطها ، كما نجد أن حب الهواية وحب الفنون والإبداع لمن يقوم على هذه الصناعات من الصغار والكبار يعد من العوامل الهامة في دعم تلك الصناعات ، كما أن هذه المنتجات تعد دعوة لإزكاء روح الإنتماء الوطنى ورفع وعى المواطن بالتعبير عن الجوانب الأصيلة والثرية في ثقافته ودعوة لتشجيع المنتجات الشعبية داخل الأسر في مختلف المدن

المضيفة لرفع دخولها ورفع مستوى معيشتها .

وتتمثل المعوقات التى تواجه تلك الصناعات فى عزوف بعض النشء فى الأسر المتخصصة فى تلك الصناعات عن العمل فيمثل هذه الفنون الشعبية هذا من ناحية ، عدم مقدرة بعض القائمين على هذه الصناعات على تسويق منتجات إلا للوسطاء والمحال المتخصصة نظير مبالغ بسيطة فى حين يكسب فيها الوسطاء وأصحاب المحال التجارية مبالغ مرتفعة ، وتعد عملية الغش التجارى للصناعات التقليدية المقلدة أو غير الأصلية خصوصاً منتجات خان الخليلى أو المشغولات اليدوية التى توجد عليها (مصنوعة باليد وهى غير ذلك) ، وهذه تباع بأسعار تنافس المنتجات الأصلية .

سادسا : دور الصناعات التقليدية فى الجذب السياحى

يذهب ماكملان إلى أن بناء الجذب السياحى ينقسم إلى ثلاث عناصر هى : السائح ، والمناظر ، والتسويق والعلاقة بين تلك العناصر مجتمعة ، ويتضح دور التسيق فى بناء الجذب السياحى على حد قوله من أشكال مختلفة منها : كتب الإرشاد والسياحى ، وعروض التزحلق على الجليد ، المحاضرات المصورة عن الرحلات ، والهدايا التذكارية من مختلف الأنواع .

ويستخدم التسويق من خلال المناظر التى تشجع على الجذب السياحى مثل بطاقات الأماكن الأثرية ،غطاء الرأس للنبلاء ، الحالة الاجتماعية للأقطار المختلفة ، ويصعب تحديد ما يمكن أن يجذب السائح ويحدد السائحون المناظر التى يشاهدونها وأن مشكلتهم الوحيدة أن يشاهدوا كل المناظر ولكن فى بعض الحالات لا يوجد نهاية للأشياء التى ترى .

ولقد تحدث ماكملان عن رأى السائح فى المواقع الأثرية وعن الشعائر وبرامج الاحتفالات فى المواقع المختلفة ، وأعطى مثالاً لمدينة محددة وهى باريس حيث يقول إذا ذهبت إلى باريس يجب أن تذهب إلى متحف اللوفر وتشاهد الموناليزا (١) ، ويقصد هنا الحديث عن رغبة السائح فى مشاهدة الأماكن والمزارات الأثرية التى تشتهر بها كل بلد عن البلدان الأخرى .

ونجد أن الإهتمام بالمنتجات الشعبية سواء السلع الشعبية كالملابس والسجاد والأكلمة والمقاعد الخشبية والاكسسوار الشعبى ومنتجات خان الخليلى ومنتجات الفخار وكافة المنتجات الأثرية الأخرى التى يشتريها السائح من أسوان والأقصر والفيوم والإسكندرية ومطروح ... إلخ ، هذا المنتجات التى لها أثر كبير فى التعريف بالحضارة المصرية القديمة ، كما أنها تعبر عن التراث الشعبى الحالى خصوصاً وأن السائحين عندما يعودون إلى بلادهم يأخذون هذه المنتجات الشعبية إلى بلادهم سواء أكانت كهدايا

(1) See :
1 - Dean, Maccanell, Tourist. A new theory of the classes, The university of Chicago, 1973, pp 39 - 41.

رمزية للأهل والأصدقاء أو حتى للبيع وهذه مسألة هامة فى أنماط التبادل بين السائح وبين المضيفين أو بين السائح عندما يعود إلى بلده ، كما أن المنتجات الشعبية بالإضافة إلى أنها تعبر عن التراث الشعبى وعن العادات والتقاليد ، فإنها تعرف السائح بالصناعات التقليدية والمحلية والشعبية السائدة فى بعض المجتمعات المحلية ، حيث أنها تلعب دوراً كبيراً فى تنمية المجتمع المحلى بالإضافة إلى جذب السائحين وتعريفهم بتراثنا وحضارتنا وثقافتنا فإنها عبارة عن إدارة هامة فى عملية الاتصال الثقافى بين السائح وبين الثقافة التى كانت سائدة فى تلك المناطق وإستمراراً لهذا التراث وإن كان قد قل فى عمليات الكم ، إلا أنه إستمراراً للتراث الشعبى ، وبناء عليه نجد أن الصناعات التقليدية لها دوراً كبيراً فى القضاء على البطالة على أساس إمتصاصها لجزء من الطاقة البشرية التى تعمل فى مثل هذه المنتجات ، وتنمية الهوايات والإبتكار والإبداع والعمل على تواصل واستمرار إبداع الأجيال عن طريق تلقين أجيال الكبار للصغار فن صناعة هذه المنتجات الأصلية تباعاً عبر التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية وإكسابهم تلك المهارات المتوارثة جيلاً بعد جيل هذا من ناحية .

كما نجد من الناحية الأخرى أن هذه المنتجات التى تباع للسائحين القادمين إلى مصر كقوى مستهلكة بالعملة الصعبة ، تلك العملات التى تستبدل الغالبية العظمى منها عبر القنوات الرسمية كما سبق القول ، فان بيع هذه المنتجات على هذا النحو سيوثر بدوره على دخل الفئات التى تعمل فى صناعة تلك المنتجات المحلية أو البيئية وانتعاش الحركة التجارية فى المحلات التى تبيع تلك المنتجات ، وهذا إذا كان يؤثر على دخل تلك المحال أو المؤسسات القائمة بحركة الوصل بين الصانع والسائح فإنها ستؤثر على الدخل القومى وبالتالى التنمية الشاملة فى النهاية .

كما نجد عمليات الناحية المعمارية الممثلة فى طريقة إقامة المبانى ورسومها وتزيينها ، سواء كانت تقليدية أم حديثة فى البلد المضيف لها أثرها على الرواج السياحى ، حيث أن إقامة المبانى على الطراز القديم والذى تحرص عليه بعض البلدان السياحية محافظة منها على هذا الطراز التقليدى ، وكذلك لجذب السائح نحو أنماط من الفن المعمارى غير مألوفة من ناحية أخرى ، مثل طبيعة المبانى القديمة المقامة فى رشيد والتى أقيمت فى معظمها على نمط البيوت الأثرية والمزارات الأثرية ، هذا يدل على أن أبناء رشيد قد حاكوا واقتبسوا من المبانى الأثرية وظلت المحاكاة عبر الأجيال ، وتدل من ناحية أخرى على التميز والتفرد بهذا النمط المعمارى فى معظمه والذى يعطى المجتمع تميزاً معمارياً عن المجتمعات المحلية الأخرى وهذا له أثره الواضح فى جذب السائح حيث أن السائح قادم من بلدان وحضارات قد أخذت بأحدث الأساليب التكنولوجية فى تشييد المبانى الشاهقة والفاخرة والمقامة على أحدث الطرز المعمارية التى تحاكى طبيعة هذا العصر ، لذا فهو محتاج إلى لون غير مألوف له من الفن المعمارى ، لذا يجذبه الطراز القديم أو التقليدى أكثر ، ولهذا وجدت القرى السياحية إقبالاً من السائحين العرب لأنها نمط غير مألوف

بالنسبة لهم . كما أن إقامة المبانى بطريقة حديثة لها أثر فى أنها تعرف السائح بمدى إرتقاء أو أخذ البلد المضيف بكافة الإمكانيات التكنولوجية فى هذا البلد ، وبمدى تطور هذا البلد وقوة الاقتصاد القومى فيه وبمدى إرتقاء الخدمات السياحية ، ومدى تنوعها ، كل هذه العوامل يلعب فى تغطيتها الأنثروبولوچى دوراً بارزاً فى دراستها والتعرف على أبعادها والعوامل المؤثرة فيها على أساس أنه يرى إلى أى حد تكون المبانى التى تقام على الطراز التقليدى القديم ذات مغرى ثقافى وإجتماعى ، له أثره الاقتصادى والاجتماعى والثقافى أكثر من المبانى الحديثة ، وما هى العوامل المتعددة التى تجعل السائح يقبل على مثل هذه المبانى وعلى زيارتها أكثر من المبانى الحديثة .

بناء عليه تساعد الصناعات التقليدية على إبراز الخصوصيات الثقافية للثقافات الفرعية داخل نسيج المجتمع الواحد ، وهنا تبرز أحد عناصر التراث الشعبى لمختلف البيئات الثقافية ، ومن ثم كيفية عرض هذه النماذج من خلال الاحتفالات والأعياد والمناسبات القومية بغية إبراز الخصوصية الثقافية داخل السياق الكلى للثقافة فى المجتمع الواحد ، ومن ثم تمايزها أو تشابهها بصفة عامة مع النماذج الأخرى داخل المنطقة الثقافية الواحدة ، كما هو الحال فى المنطقة الثقافية لحوض البحر الأبيض المتوسط ، تعدد وتنوع الثقافات الفرعية من شأنه أن يؤدى إلى تنوع الصناعات التقليدية وإنتشارها ومن ثم تشابهها أو إختلافها بين النجوع والقرى والمدن نتيجة عمليات الاتصال الثقافى .

ونجد تشجيع الصناعات التقليدية وتدعيمها وتنميتها ورعاية القائمين عليها سيساعدنا على المحافظة على إستمرارية تلك الصناعات كسمات مادية للثقافة المصرية الأصيلة فى بيئاتها المجتمعية المتباينة ثقافياً عن طريق عمل الورش ومدارس تعليم الفنون اليدوية للأجيال الصغرى مثل «معهد الحرف اليدوية برشيد» حيث أن هذه الصناعات هى تجسيد حى للسمات المادية للثقافة فى ثوبها الاجتماعى والثقافى خصوصاً وأن السائحين يقبلون على شراء مثل هذه المنتجات كتذكار أو كهدايا لأصدقائهم أو ذويهم فى رحلة العودة ، لذا فإن هذه الصناعات تضيف للروايات والحكايات التى تخيلها السائح الرؤية الحية والتجسيد الواقعى للذكريات السعيدة التى عاشها ، وكم يتشوق لرحلة العودة مع أصدقاء جدد ، وبناء عليه نجد من الأهمية بمكان توعية وتدعيم القائمين على تلك الصناعات بدورها الهام والحيوى فى زيادة دخولهم هذا من ناحية ، ثم إنعكاس ذلك على الدخل القومى نتيجة تدفق وجذب السائحين من الناحية الثانية .

سابعا : كيفية تسويق الصناعات التقليدية الأصلية والمقلدة

وتختلف طرق وأساليب تسويق الصناعات التقليدية ، فقد تسوق فى الأسواق التى تقام فى المجتمعات المحلية أو أماكن المزارات السياحية أو بالقرب منها أو فى المحال التجارية المتخصصة فى بيع الأنتيكات والتحف أو فى المعارض المحلية والدولية .

وقد يلعب المرشد السياحى دور الوسيط المهنى بين السائحين والمحال التجارية المتخصصة فى بيع تلك المنتجات ويقبض عمولته من أصحاب تلك المحال وبالطبع يدرك السائح تلك الأمور .

وتختلف أسعار المنتجات الشعبية الأصلية عن المقلدة ، فنجد أن أسعار المنتجات الأصلية يفوق المقلدة بنسبة كبيرة للغاية ويقبل السائحين خصوصاً القادرين على المنتجات الأصلية

وهناك عدة عوامل تؤثر على عملية تسويق المنتجات الشعبية نجمل أهمها فى النقاط التالية :

١ - جنسية السائح ومستواه المادى .

٢ - دور الوسطاء المهنيين .

٣ - طريقة عرض المنتجات سواء فى المحال المتخصصة أو مع الباعة المتجولين أو فى الأسواق أو على مشارف المزارات السياحية .

٤ - إختلاف الأسعار فى أماكن إنتاجها عن المحال التجارية ، فمثلاً تباع الأنتيكات والتحف فى مناطق المزارات السياحية بالأقصر وأسوان عن طريق الصبية بأسعار أرخص بكثير عن المحال التجارية فى أسوان أو القاهرة أو الاسكندرية .

٥ - حسب رغبة السائح وإقتناعه وإصراره على شراء منتج معين دون آخر .

أما عن تسويق المنتجات الشعبية فى بعض دول حوض البحر الأبيض المتوسط ، كالمغرب وتونس والجزائر فعندما ينزل السائح إلى هذه الدول يقابله سائق التاكس ونجد سائق التاكس نفسه يعرض عليه جولة إلى الأسواق والمحال ، بل والمصانع التى تقوم بصناعة هذه المنتجات الشعبية وهذه الجولة للعلم مدفوعة الأجر من أصحاب المحال أو المصانع التى تبيع مثل هذه المنتجات وليس السائح نفسه عكس الحال فى مصر لأن السائق لا يقوم بدور الوسيط المهنى إلا فى أحوال قليلة .

كما نجد أن سياحة الحوافز بالنسبة للموظفين ومحدودى الدخل فى دول كتونس والمغرب والجزائر وانتشار الموتيلات السياحية المنخفضة السعر والتى تناسب السائح المتجول تعمل على تشجيع هؤلاء السائحون لاقتناء تلك المنتجات الشعبية كتذكارات فى رحلة العودة عكس الحال بالنسبة لكثير من دول حوض البحر الأبيض المتوسط مثل مصر وسوريا ولبنان التى تربط بين السياحة وبين أصحاب الدخول المرتفعة فى أغلب الأحوال ، لذا نجد الاهتمام بالفنادق المميزة ذات النجوم المختلفة والأماكن التى يحدد فيها سعر الدخول للحفاظ على مستوى السائح الذى يجلس فيها ، مع إنخفاض مستوى الخدمة الفندقية والخدمية والرغبة فى الحصول على العمولة دون إرضاء الزبون والتباطؤ فى تقديم الخدمة عكس الحال فى دول المغرب العربى ماعدا ليبيا .

كما نجد فى المغرب وتونس فرق فنون شعبية متجولة تقف فى الشوارع والساحات الشعبية والأسواق وتعرض الرقصات والألعاب الشعبية ومختلف الفنون الشعبية الدالة على ثقافة المجتمع للمارة والسائحين فى الشوارع ولكل إنسان الحق فى مشاهدة تلك العروض مجاناً ، المهم أن من يقدم هذه العروض يكون مرتدياً الملابس التقليدية المغربية والتونسية ... إلخ كنوع من الدعاية غير المباشرة للصناعات الشعبية وتعبير وتجسيد للتراث الفلكلورى دون مقابل .

٨ - الاتصال الثقافى وعلاقته بتمايز وتشابه واختلاف الصناعات التقليدية

وجدير بالذكر أن عملية الاتصال الثقافي تشكل أحد المسائل الهامة في البحوث الأنثروبولوجية حيث نستطيع عن طريق عملية التقابل الثقافي والامتزاج والتمثيل الثقافي في التعرف علي السمات المشتركة والسمات المختلفة وذلك نتيجة عملية الإقتباس والإستعارة والإقتناء بين الشعوب المختلفة التي يحدث بينها ثمة إتصال ثقافي كما هو الحال في دول حوض البحر المتوسط .

بناء عليه تعدالسياحة أداة للاتصال الفكري والتبادل الثقافي بين الشعوب ، فضلاً عن أنها أداة لإيجاد روح التفاهم والتسامح بين الشعوب ، وتصبح أداة لاكتشاف وحدة الإنسانية ، فالفوارق التي تفصل بين شعب وآخر تصبح مسائل عرضية لا تؤثر في الجوهر المشترك وهو أن كل شعب يمثل جزءً لا يتجزأ من الحضارة الإنسانية (١) .

فضلاً علي ذلك فإن ظاهرة التنوع والتمايز والتشابه الثقافي تساعدنا كأنثروبولوجيون في فهم المنطقة الثقافية ، بل وفهم الحضارة الإنسانية ككل ، حيث أن هذا التنوع والتمايز يساهم في فهم عملية التغير والتطور الإنساني .

بناء عليه قدنجد كثير من صور وأشكال التشابه والإختلاف في الفنون الشعبية والصناعات التقليدية والرقص الشعبي وكافة نواحي التراث الشعبي لكل بلد سياحي علي حدة ، وتأكيداً لذلك فقد نجد بعض التشابه في الملابس التقلبدية والصناعات التقليدية في بعض دول المغرب العربي باعتبارها دول البحر المتوسط وتخضع لمنطقة ثقافية واحدة هذا من ناحية ، ثم للقرب الجغرافي ، ثم لوحدة اللغة العربية ... إلخ .

وإجمالياً فإن إهتمام السائحين بنقل الفنون الثقافية كهدايا تذكارية في صور أشكال للصناعات التقليدية والملابس التقليدية والتحف .. إلخ . هذا من شأنه أن يحيي الحرف ويوصل التقاليد الثقافية خصوصاً في البعد عن التقليد .

---

(١) نبيل الروبي ، نظرية السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، ص ٩ .

التقليدية والملابس التقليدية والتحف .. إلخ . هذا من شأنه أن يحيي الحرف ويوصل التقاليد الثقافية خصوصاً فى البعد عن التقليد .

ويذهب «لوثر» إلى أن التجديد الثقافى فى المجتمع المحلى يقابَل باستحسان من السائحين الأجانب ، إلا أن إحياء التقاليد الثقافية تستطيع أن تساعدنا على تأييد الحركة تجاه هوية الذات فى كثير من الدول النامية (١) .

نتائج البحث

ولقد خلص البحث إلى عدة نتائج نجمل أهمها فى النقاط التالية :

١ – تلعب المقومات الطبيعية دوراً هاماً فى عمليات الجذب السياحى لكثير من دول حوض البحر المتوسط مثل مصر والمغرب وتونس وتركيا وأسبانيا وفرنسا واليونان ... إلخ . ويرجع ذلك للظروف الجغرافية السهلة وعدم حدوث زلازل أو براكين والأحوال المناخية المعتدلة وما يؤكد ذلك احتلال معظم دول حوض البحر المتوسط أوضاعاً متمايزة على الخريطة الدولية للسياحة .

٢ – تلعب العوامل الاجتماعية دوراً هاماً فى الجذب السياحى فى حوض البحر المتوسط ، فنجد علاقات النسب والمصاهرة والعلاقات القرابية لها أهميتها فى تدفق السائحين العرب إلى مصر وكذلك إلى دول المغرب العربى ، كما نجد هناك من العوامل الاجتماعية الأخرى التى لها أثر على الجذب السياحى كتسهيلات الإقامة ، سهولة المواصلات ، حجم المعلومات عن البلد المضيف ، رفاق الرحلة ، الاستقرار الاجتماعى ، السمات العامة للسكان .

٣ – تلعب العوامل السياسية والاستقرار السياسى الداخلى وعدم وجود حروب طائفية أو عصابات إجرامية ، وكذلك الاستقرار الدولى بين الشعوب بعضها البعض وعدم وجود مشاكل حدودية أو حروب فى ازدياد تدفق السائحين وخير مثال لذلك تدهور السياحة فى لبنان إبان الحروب الطائفية ، وتدهور السياحة من منطقة الخليج إلى دول حوض البحر المتوسط إبان فترة الحرب .

٤ – تلعب العوامل الثقافية دوراً هاماً فى الجذب السياحى كالفنون الشعبية والمظاهر الفلكلورية المختلفة والصناعات التقليدية التى هى لب بحثنا هذا لأنها تجسد ثقافة البلد المضيف بجميع ثقافاته الفرعية وطوائفه المهنية وتبرز إبداعاته وتواصله مع البيئة المحيطة به .

٥ – الصناعات التقليدية تساعد على استخدام الموارد المحلية واستغلال أمثل لأوقات الفراغ للطلاب الذين يرغبون فى العمل بها وقت العطلات المدرسية ، ورفع دخول القائمين عليها .

---

(1) Lothar, Neuekoven, op. cit, p. 137.

٦ – تلعب عملية التنشئة الاجتماعية دوراً هاماً في تدريب الأطفال داخل الأسر المنتجة لهذه الصناعات من الجنسين على صناعة هذه المنتجات استمراراً للتواصل بين الأجيال المتعاقبة ، وخير دليل على ذلك تخصص أسر بأكملها في صناعات تقليدية دون أخرى كعائلة الزعيرات وصناعة الحصير بالصحراء الغربية وعائلات الحرانية في صناعة السجاد والأكلمة التي تعبر عن قرية الحرانية ... إلخ .

توجد قرى بأكملها تتخصص في صناعات تقليدية دون أخرى في نفس المجتمع المحلي الواحد ، فنجد منتجات الأغلال والأطباق من الخوص والحصير في قرى الاعلام وطبهار والعجمين بالفيوم ، ونجد البرانيط الخوص الليف ، تجفيف البلح في قرية بيهمو ، وصناعة الخرز والمناديل والطرح في قرى العادقة وسنورس والغرق .... إلخ .

٧ – تنتشر في دول المغرب العربي كالمغرب فنجد فيها أشغال الإبر والتطريز والعباءات الحريمي المطرزة التي لها غطاء رأس وهذا الغطاء تمتاز به معظم دول المغرب العربي ماعدا ليبيا ، كما تشتهر المغرب بالصناعات الجلدية المميزة .

٨ – تنتشر في تونس كأحد دول حوض البحر المتوسط أشغال الإبر والعباية المطرزة والسجاد والملابس المصنوعة من الحرير الطبيعي والسيرما وهي غالية الثمن ، كما نجد في ليبيا صناعة الأكلمة والسجاد والجرد والشنة المصنوعة من الصوف الأحمر أو الأسود ... إلخ . وتوجد السلال والأواني الفخارية .. إلخ ، وكلها تعتمد على موارد البيئة المحلية في تلك البلدان أيضاً .

٩ – تلعب الصناعات التقليدية دوراً هاماً في الجذب السياحي لأن السائح يشتريها في رحلة العودة كهدايا رمزية وتذكارية وتعبر عن التراث الشعبي في البلد المضيف . وهي بهذا تعتبر أداة هامة من أدوات عملية الاتصال الثقافي بين السائح وبين ثقافة البلد المضيف .

١٠ – تختلف طرق وأساليب تسويق تلك المنتجات أما في الأسواق أو في أماكن المزارات السياحية أو بالقرب منها أو في المحال التجارية المتخصصة في بيع الأنتيكات والتحف أو في المعارض المحلية والدولية .

١١ – يلعب المرشد السياحي دور الوسيط المهني بين السائحين والمحال التجارية المتخصصة في بيع تلك المنتجات ويقبض عمولته من أصحاب تلك المحال .

١٢ – تختلف أسعار المنتجات الشعبية الأصلية عن المقلدة ، فنجد أسعار المنتجات الأصلية تفوق بكثير جداً ثمن المنتجات المقلدة .

١٣ – وهناك عدة عوامل تؤثر على عملية تسويق المنتجات الشعبية نجمل أهمها : جنسية السائح ومستواه المادي ، دور الوسطاء المهنيين . طريقة عرض المنتجات ، اختلاف أسعارها ، رغبة السائح في

شراء منتج معين دون آخر .

١٤ – يتم تسويق المنتجات الشعبية فى بعض دول حوض البحر المتوسط ، كالمغرب وتونس والجزائر بطريقة فيها كثير من الراحة للسائح وذلك بأن يعرض سائق التاكس على أى سائح جولة إلى الأسواق والمحال . وهذه الجولة مدفوعة الأجر من أصحاب المحال أو المصانع التى تبيع تلك المنتجات وليس السائح نفسه ، كما هو الحال فى مصر ، لأن السائق هنا يقوم بدور الوسيط المهنى .

١٥ – تنتشر فى تونس والمغرب والجزائر سياحة الحوافز للموظفين والشباب ومحدودى الدخل ولذلك تنتشر الموتيلات ذات الأسعار المخفضة التى تتناسب مع السائح المتجول ، كما تعمل على تشجيع هؤلاء السائحون على اقتناء المنتجات الشعبية كتذكارات فى رحلة العودة عكس الحال بالبيئة لكثير من دول حوض البحر المتوسط كمصر وسوريا ولبنان التى تربط بين السياحة وأصحاب الدخول المرتفعة .

١٦ – توجد فى تونس والمغرب كدول من حوض البحر المتوسط فرق فنون شعبية متجولة تقف فى الشوارع المزدحمة والساحات الشعبية والأسواق وتعرض مختلف الرقصات والألعاب الشعبية الدالة على ثقافة المجتمع للمارة والسائحين فى الشوارع ولكل فرد الحق فى مشاهدة تلك العروض مجاناً . المهم أن هذه العروض تقدم من أعضاء تلك الفرق التى ترتدى الملابس التقليدية المغربية والتونسية كنوع من الدعاية غير المباشرة للصناعات التقليدية وتعبير وتجسيد للتراث الفلكلورى دون مقابل .

١٧ – تعد السياحة أداة للاتصال الفكرى والتبادل الثقافى بين الشعوب ، فضلا على أنها أداة لإيجاد روح التفاهم والتسامح بين الشعوب ، وتصبح أداة لاكتشاف وحدة الإنسانية ، فالفوارق التى تفصل بين شعب وآخر تصبح مسائل عرضية لا تؤثر فى الجوهر المشترك وهو أن كل شعب يمثل جزء لا يتجزأ من الحضارة الإنسانية .

١٨ – لقد أدت عمليات الاتصال الثقافى بمفهومه الأنثروبولوچى الواسع إلى اختلاف وتشابه بعض الصناعات التقليدية فى كثير من دول حوض البحر المتوسط نتيجة عملية الاقتباس والاستعارة وما يتبعها من عملية تقليد كثير من الأنماط السلوكية وانعكاسها على السمات الثقافية المادية وغير المادية .

مراجع البحث

أولا: المراجع العربية

١ – صلاح الدين عبد الوهاب ، تخطيط الموارد السياحية ، دار الشعب ، ١٩٨٨ .

٢ – محبات شرابى ، أقاليم مصر السياحية ، دار الفكر العربى ، ١٩٩١ .

٣ – محمد يسرى إبراهيم دعبس ، التربية السياحية والتنمية الشاملة ، وكالة البنا ، ١٩٩٣ .

٤ – محمد يسرى إبراهيم دعبس ، العلاقات الاجتماعية للسائح ، وكالة البنا ، ١٩٩٣ .

٥ – نبيل الروبى ، إقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، (د. ت) .

٦ – هالة عبد الرحمن ، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة فى المجتمع المحلى ،وكالة البنا ، ١٩٩٣ .

ثانيا: المراجع الأجنبية

7 - De Kadt, Emanual, Tourism passport to development, prespectives of the social and cultural effects of Tourism in Developing Countries, Unesco and International Bank, U. S. A.

8 - Burkart and Medlike, Tourism and development countries, by world bank, 1981.

9 - Mathieson, Aliste, Tourism Economics Physical and Social Impacts, London and N. Y, 1982.

10 - Maccanell, Dean, The tourist, A new Theory of the leisure clases, The Univerisity of Chicago, U. S. A, 1973.

11 - Pearce Philip, The Social Psychlogy of Tourist Behaviour, Philip L. pearce by A Wheaton Great Britain, 1982.